



САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Основная образовательная программа бакалавриата

по направлению подготовки 040100 «Социология»

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

Дым как товар: кальянные заведения Санкт-Петербурга

Выполнила: Иванова Анна Вячеславовна

Научный руководитель:

Асс. Таранова Ольга Александровна

Санкт-Петербург
2017 г.

Содержание

Generating Table of Contents for Word Import ...

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность данной темы обусловлена тем, что в последние годы в нашей стране приобрело большое распространение курение кальяна. С каждым днем популярность кальяна набирает обороты, хотя еще совсем недавно кальян считался экзотикой Востока. Сегодня кальян является для всех привычным явлением. Растет число людей, для которых кальянокурение является не просто средством расслабления, а образом жизни и частью их культуры, для них невозможно представить заведение общественного питания без предоставления услуги курения кальяна. Посредством этой социальной практики люди определяют свою принадлежность к определенной социальной группе в обществе, а также меня заинтересовал вопрос: как же кальян может помочь людям поддерживать их статус и почему это так важно для них? Почему люди готовы пренебрегать законом ради удовлетворения такого рода потребностей?

Таким образом, объектом моего исследования являются кальянные заведения, в том числе приватные, скрытые кальянные.

Предметом исследования выступают социально-экономические факторы, влияющие на причины посещения кальянных заведений.

Отсюда следует цель данной работы – рассмотрение кальянного заведения как особого социально-экономического пространства, посещение которого становится частью демонстративного потребления, особой практикой и стилем жизни. Труднодоступность же кальянной еще больше повышает ее ценность в глазах потребителей.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих задач:

- рассмотреть основные теоретические подходы к изучению неформальной экономики и демонстративного потребления;

- изучить социально-экономические особенности функционирования кальянной, а также проследить историю возникновения кальяна и кальянных в России и Санкт-Петербурге;
- определить, в чем заключается демонстративность кальянокурения и каким способом у потребителей проявляется эффект присоединения к большинству;
- выяснить причины мотивации курения кальяна в приватных закрытых заведениях;
- понять, кто является потребителем данного продукта, составить социальный портрет посетителя кальянной.

Гипотеза исследования:

Курение кальяна является способом поддержания высокого социального статуса и формой демонстративного потребления, что усиливается в случае с теневыми кальянными заведениями.

Теоретической базой моей работы являются классические труды отечественных и зарубежных ученых, различные публикации, интернет ресурсы. Если говорить о степени разработки данной темы в литературе, следует отметить, что она достаточно мала в связи с высокой динамичностью изменения масштабов и проявлений культуры кальянокурения, а также отсутствием исследовательских выводов по данной проблеме.

Структура работы определяется целью и задачами исследования и состоит из введения, трех глав, которые в свою очередь делятся на параграфы, заключения, списка использованных источников и приложений. В первой главе будет рассмотрено понятие неформальной экономики, которое впервые в научный оборот ввел Кейт Харт. Проанализировав три подхода к изучению данного вида экономики, будет целесообразно перейти к одному из видов неформальной экономики, а именно теневой. Будет рассматриваться явление теневой экономики, с той точки зрения, что такие экономические отношения, которые складываются в обществе вопреки законам и

формальным правилам хозяйственной жизни и находятся вне рамок правового поля как ни странно привлекают людей и создают благоприятные условия для проявления демонстративного поведения. Далее будет изучена теория демонстративного потребления Торстейна Веблена и ее применение к потреблению кальянной продукции, так как в наши дни курение кальяна является уже не столько продуктом для потребления и средством расслабления, сколько средством завоевания репутации преуспевающего человека. Также подлежит рассмотрению эффект присоединения к большинству Харви Лейбенстайна, т.к. наиболее ярко этот эффект можно проследить в кальянной сфере, когда люди, ранее отрицательно относившиеся к любому виду курения, приходят к эффекту присоединения к большинству во время встреч друзей или коллег в кальянных. Человек готов переступить через свои принципы, отказаться от привычного поведения для того, чтобы не казаться хуже остальных. Во второй главе целью становится изучить историю кальяна и оценить современные практики его потребления. В третьей главе путем методов анкетирования, анализа сайтов и проведения фокус-группы будет анализироваться выдвинутая гипотеза.

Теоретическое значение работы заключается в расширении поля изучения демонстративного потребления и культуры кальянокурения. Практическая значимость работы направлена выявление мотивов посещения кальянных приватных заведений и раскрытии принципов работы закрытых кальянных заведений.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ НЕФОРМАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ И ДЕМОНСТРАТИВНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

1.1. Неформальная экономика: подходы к изучению

В этой главе в первую очередь я ставлю перед собой задачу не только проанализировать литературу, в которой разрабатываются понятия неформальной и теневой экономики, но и проследить динамику процессов, которая ведет к появлению такого рода деятельности. Для анализа данной динамики я буду придерживаться экономико-социологического подхода, в связи с тем, что подобный анализ дает наиболее наглядные результаты. В начале я рассмотрю понятие неформальной экономики, проанализирую три подхода к изучению данного вида экономики, далее целесообразно будет перейти к одному из видов неформальной экономики, а именно теневой. Следует начать с пояснения понятийного аппарата, что позволит ввести анализ в определенные рамки.

Автор данной работы под неформальной экономикой понимает совокупность видов хозяйственной деятельности, которая полностью или частично не подчинены государственному регулированию, не подкреплены формальными контрактами и не фиксируются статистическим и налоговым учетом. Такая экономика не регулируется непосредственно государственными правилами и законами.¹

Стоит заметить, что к такому определению ученые пришли не сразу. Изучение неформальной экономики началось с исследований неформального сектора в развивающихся странах как относительно изолированного сегмента хозяйства, который был противопоставлен фирменному устройству, который был привносим в эти страны транснациональными компаниями. Западные

¹Барсукова С. Ю. Неформальная экономика: экономико-социологический анализ. М.: Изд. дом ГУ-ВШЭ, 2004. С.13-34.

ученые неожиданно для себя обнаружили, что экономика может быть устроена противоположно стандартам цивилизованного мира. Люди не намерены платить налоги, но в тоже время не ждут социальных гарантий от государства, могут функционировать без юридических контрактов и арбитражей, но при этом иметь плотную сеть деловых обязательств и вести бизнес без банковских кредитов, создавая альтернативные схемы займа. Про размеры такой экономики ничего не было известно, также как и про ее социальную организацию. Такая экономика не предполагает хауса, несмотря на отсутствие законов, она оперирует другими механизмами регулирования и принуждения к исполнению обязательств.

Первым в научный оборот термин «неформальный сектор» ввел Кейт Харт в 1971 г. В своем докладе «Городская безработица в Африке» на примере Ганы он описал стратегии занятости значительных групп людей, которые были не вовлечены в организованный государством и корпорациями рынок труда.² Основной смысл работы заключался в том, что бедные в Аккре на самом деле не являются безработными. Это было новостью, так как крупные компании предоставляли только ограниченное число рабочих мест, и соответственно экономисты оценивали безработицу в Африке на уровне 50% и выше. К. Харт утверждает, что многим во времена великой депрессии Америка представлялась страной усыпанной нищими на улицах. Но на самом деле улицы Аккры были насыщены большим количеством уличных торговцев, носильщиков, таксистов. Неформальная экономика стала самоорганизацией людей, которые были исключены из участия в пользовании благами, которые были гарантированы государством, и создавали свои собственные способы выживания. К. Харт не просто описал явление неформальной экономики, но и дал ей свою оценку, тем самым оправдав неформальный сектор, в то время как единственным институтом, который мог мобилизовать экономические ресурсы являлось государство. К. Харт не просто описал явление, но дал ему принципиальную оценку. Он "оправдал"

²Hart K. Informal economy opportunities and the urban employment in Ghana // Journal of Modern Africa Studies. 1973. Vol. 11. N 1. P. 1-12.

неформальный сектор. При чем сделал он это в 1970-е годы, когда общепризнанным было суждение, что единственный институт, который способен мобилизовать экономические ресурсы – это государство.³

Со временем концепция неформальной экономики перешла в статус универсальной темы. На сегодняшний день эта концепция является достаточно распространенным явлением, которая различается по странам не только своим масштабом, но и формой, причинностью, социальным составом вовлеченных. Все чаще формальные правила становятся абстрактными, и все выходят за их рамки как в форме существования «неформальной зоны», так и в форме неформальных практик внутри формальной сферы, а именно в форме неформальных правил, которые пронизывают легальную экономику. Главной чертой неформальной экономики является независимость от государственного регулирования и объединяет в себе такие практики, как домашнее хозяйство, уличная торговля, криминал, политическая коррупция, сети взаимопомощи.

Такого мнения придерживался Эрнандо де Сото, для которого признак отсутствия государственного регулирования является решающим. Таким образом, неформальная экономика становится возможностью преодолевать административные барьеры, которые поставлены формальным государственным регулированием, служит проявлением подлинно рыночных сил, приводимых в движение активностью народных масс. Э. де Сото описал процесс распространения новых неформальных правил с их последующей формализацией в законе на примерах стихийного захвата земельной собственности для жилищного строительства, развития внелегальной уличной торговли.⁴

³ Hart K. Informal economy opportunities and the urban employment in Ghana // Journal of Modern Africa Studies. 1973. Vol. 11. N 1. P. 6.

⁴ Сото Э.д. Иной путь. Невидимая революция в третьем мире / Пер. с англ. Б. Пинскера. М.: Catallaxy, 1995. С.8-14.

Помимо определений неформальной экономики как совокупности секторов наиболее мелких предприятий в духе К. Харта и секторов, которые выпадают из сферы государственного регулирования в духе Э. де Сото, она определяется также как:

- скрываемая экономика, не отражаемая в налоговой отчетности;
- неучтенная экономика, не отражаемая в статистических данных

Определение неформальной экономики в сфере кальянной индустрии представляет собой деятельность, которая не отражена в статистической и налоговой отчетности. Таким образом, ее выделение связывается не с характером организационных структур (размером заведений), а именно с формами учета этой той или иной деятельности. Непопадание хозяйственных процессов в формальную отчетность и возникновение ненаблюдаемой экономики может быть связано с различными мотивами, по которым участники рынка не подают сведений о своей деятельности. Рассматривая деятельность кальянных заведений, с уверенностью можно сказать, что эта часть рынка сознательно скрывается от статистических и налоговых органов.

Существуют три направления к изучению неформальной экономики, а именно: статистическое, структурное и институциональное.

Вначале рассмотрим статистическое направление, которое связано с попытками операционализировать понятие "неформальный сектор". Операционализация неформального сектора происходит на основе не отдельных рабочих мест, а характеристик предприятий. Такой "неформальный сектор" в принципе не может улавливать неформальную занятость, так как фирма может быть неоднородной внутри (формальные и неформальные работники), а подсчет ведется на уровне целых предприятий. В связи со сложившейся статистической ситуацией занятость в неформальном секторе экономики не является неформальной. Понятие неформальной занятости охватывает работников, трудовых отношения

которых не регулируются трудовым законодательством; соответственно, такие работники не охвачены налогообложением и социальной защитой, а их рабочие места могут принадлежать как неформальному, так и формальному сектору экономики. Статистика, фиксирующая состояние неформального сектора, ни в коей мере не может служить основой нашего знания о неформальной занятости.⁵

Далее рассмотрим институциональный подход, который трактует неформальную экономику как совокупность неформальных правил, регулирующих, наряду с формальными нормами, хозяйственную практику. При таком подходе неформальная экономика рассматривается не как фрагмент реальности (структурный подход), а как универсальная характеристика экономической практики.

Под институтами понимаются созданные человеком ограничительные рамки, которые организуют взаимоотношения между людьми.⁵ Формальные институты – это зафиксированная в документах идея того, как должно жить общество в понимании бюрократии, это идея подчинения определенному правилу. Неформальные институты, которые самостоятельно были сформированы и закреплены в нормах и обычаях модели поведения людей как способы разрешения жизненных проблем. Первые являются результатом сознательного конструирования бюрократической власти, вторые – это результат неожиданного взаимодействия людей. То есть формальные институты гарантируются законом, а неформальные поддерживаются "приватно", через личные взаимодействия и механизм репутации. Вопрос совмещения этих логик, это, в конечном счете, вопрос о возможности и эффективного партнерства самоорганизации и бюрократии.

Институциональный подход не предполагает выделение сегментов, но указывает на "сквозной" характер неформальных институтов, существующих с формальными институтами. Неформальность

⁵ Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики // Пер. с англ. А. С. 50-54.

рассматривается не как тип хозяйствования, локализованный по определенному принципу, а как характер экономических отношений, не ограниченный неким ареалом и принципиально возможный и необходимый в любой хозяйственной организации, при любой форме экономической деятельности.⁶

В данной работе целесообразно будет придерживаться структурного подхода. Структурный подход описывает неформальную экономику как совокупность сегментов, которые не регулируются формальными нормами, то есть расположенных за пределами формальной экономики. Тем самым экономическая реальность разбивается на два фрагмента, а именно на формальную и неформальную экономику. В этой ситуации неформальность становится ответом на административное и фискальное принуждение со стороны государства. Проверить правильно осуществлена формализация или нет можно путем понимания того приходят ли люди в сферу, которая регулируется государством или избегают ее. Другими словами, хотят оказаться внутри или за пределами регулируемой государством системы.

Неформальная экономика делится на сегменты, которые различаются по степени легальности деятельности. Деятельность, противоречащая закону, которая протекает несмотря на него, включает теневую и криминальную экономики. Отличие между ними заключается в том, что теневой бизнес производит то, что государство разрешает, но в процессе производства нарушает закон, а криминальный бизнес производит запрещенные государством товары и услуги. «Теневиков» все время стараются легализовать, а криминальный бизнес – уничтожить.⁷

Итак, в неформальную экономику, согласно структурному подходу, входят четыре сегмента. Домашняя экономика, которая включает

⁶ Скотт Дж. Благими намерениями государства. Почему и как проваливались проекты улучшения условий человеческой жизни / Пер. с англ. Э. Н. Гусинского, Ю. И. Турчаниновой. М.: Университетская книга, 2005. С. 120-122.

⁷ Барсукова С. Ю. Неформальная экономика: экономико-социологический анализ. М.: Изд. дом ГУ-ВШЭ, 2004. С.13-34.

производство товаров и услуг для собственного потребления. Реципрокная экономика, которая подразумевает под собой нерыночный обмен продуктами и услугами между домохозяйствами, т.е. обмен дарами. И теневая экономика, которая является рыночной экономической деятельностью, которая осуществляется при помощи нарушения формальных норм ведения бизнеса как реакция на высокие издержки подчинения закону при слабом механизме принуждения к его исполнению. Криминальная экономика – это производство запрещенных товаров и услуг.

Разные авторы используют различные классификации и термины, что делает затруднительной выработку единого представления о структуре феномена. Так, американский исследователь Александро Портес оставляет за гранью неформальной экономики любую нерыночную активность, включая лишь теневую и криминальную деятельность.⁸ Тогда как британская традиция во главе с Дж. Гершуни прочно связывает неформальную экономику с более широким кругом явлений, включая домашний труд и реципрокные обмены.

Структурный подход основан на трех направлениях. Дуализм предполагает изучение внутренних закономерностей развития неформального сектора, который слабо связан с формальной экономикой. Частым сюжетом таких исследований является обоснование помощи неформальному сектору в виде кредитов или обучающих программ. Связь с государственным регулированием в целом не рассматривается. Функционализм заостряет внимание на характере связи формальной и неформальной экономики, как элементов единой системы. Конкуренция между этими экономиками рассматривается как основная движущая сила расширяющейся неформальности в мире. Именно конкуренция заставляет фирмы формального сектора уменьшать издержки, привлекая неформальных работников и включая неформальные фирмы в стоимостные цепи через

⁸ Портес А. Неформальная экономика и ее парадоксы // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики / Сост. и науч. ред. В. В. Радаев; пер. М. С. Добряковой и др. М.: РОССПЭН, 2004. С. 3-8.

систему субконтрактных отношений. Таким образом, звучит призыв к государству регулировать "неравные" коммерческие отношения между крупными фирмами и мелкими субподрядчиками, а также трудовые отношения, которые возникают в этом тандеме. Легализм проблематизирует связи неформальных предприятий с формальной регулятивной средой, а не с формальными фирмами. Утверждается, что ужесточение государственных норм в экономике затрудняет развитие бизнеса и стимулирует предпринимателей "взламывать" формальные правила игры, уходя в неформальное экономическое пространство. Соизмерение "цены подчинения закону" и "цены избегания закона" трактуется как основа процессов теневизации и легализации бизнеса.⁹ Государственное deregулирование создает стимулы для легализации неформалов, привлеченных необременительностью формальных институтов.

Главный упрек структурному направлению состоит в том, что жизнь не делится на сегменты, что нет никакой неформальной экономики, отдельной от формальной, а тем более нет равного разделения на сегменты внутри неформального мира. Очевидно, что предприятий, действующих абсолютно легально, в России практически нет, и различие существует только в степени нелегальности.

⁹ Постес А. Неформальная экономика и ее парадоксы // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики / Сост. и науч. ред. В. В. Радаев; пер. М. С. Добряковой и др. М.: РОССПЭН, 2004. С. 8.

1.2. Теневая экономика и ее структура

Теневая экономика подразумевает под собой экономическое явление, характеризуемое как экономическая деятельность, которая скрывается от общества и государства, и находится вне зоны государственного учёта и регулирования. Является неформальной частью классической экономики.

В рамках данной работы под теневой экономикой понимается экономическая деятельность, которая скрывается с целью уклонения от налогов или из-за ее противозаконного характера.

Теневая экономика является стихийным и закономерным явлением, которое возникает в связи с тем, что субъекты рынка стремятся максимизировать свою прибыль в обход существующих государственных законов, кроме того снизить издержки производства и объем налогов. Именно к таким субъектам рынка относятся кальянные заведения, так как данный вид экономической деятельности скрывается от органов государственного регулирования, направлены на сокрытие истинного уровня доходов и уклоняются от уплаты налогов.

Теневая экономика как явление возникла с древних времен и отлично функционирует и на сегодняшний день. Если изучить общие закономерности экономики, то можно заметить, что экономическая теория почти никогда не уделяла большого внимания проблемам теневой экономики: она либо ей пренебрегала, либо считала, что теневая экономика функционирует с использованием тех же экономических механизмов, что и легальная.

Опираясь на общепринятое понимание, можно сделать вывод, что теневая экономика использует те же ресурсы и рынки, что и легальная, единственным отличием является то, что все это происходит без ведома государства. Это максимально простое понимание теневой экономики привело к тому, что даже современные экономисты не могут отчетливо понять механизм теневой экономики.

Впервые теневой экономикой заинтересовались исследователи в 30-х г. XX в. Первые основательные исследования этой части экономики появились в конце 1970-х гг., а в 1983 г. в городе Билефельде в Германии была проведена первая международная конференция по теневой экономике. В отечественной науке и экономической практике интерес к проблемам теневой экономики четко проявился в 1980-е гг. Это было обусловлено как социально-экономическими причинами, связанными с возрастанием ее роли в народном хозяйстве и криминализацией, так и с причинами идеологическими.

Теневую экономику можно разбить на три крупных блока:

- 1) неофициальная экономика, в которую входят все легально разрешенные виды экономической деятельности, в рамках которых имеют место не учитываемые официальной статистикой производство услуг, товаров, скрытие этой деятельности от налогообложения;
- 2) фиктивная экономика – то есть приписки, хищения, спекулятивные сделки, взяточничество и мошенничества всякого рода, связанные с получением и передачей денег;
- 3) подпольная экономика, под которой понимаются запрещенные законом виды экономической деятельности. Для «отмывания» денег обычно выбираются страны, кредитно-финансовой системе которых присущи следующие признаки: нестабильная правовая база; тайна коммерческих или банковских операций и неопределенные законы об их регистрации; отсутствие препятствий (или минимальные ограничения) в отношении обмена иностранной валюты и открытия анонимных (номерных) банковских счетов; отсутствие налогов или низкое налогообложение доходов иностранных корпораций.¹⁰

Большую роль играет понимание различия между криминальной и теневой экономикой. Главным отличием теневой экономики является наличие

¹⁰ Головнин С.Д. О классификации теневой экономики // Вестник Московского ун-та. 1992. №1. С.11-19.

социально-экономических аспектов, которые вызваны стремлением отдельных слоев населения к нормальной жизнедеятельности. Что касается представителей малого предпринимательства (кальянных заведений), то здесь наибольшую важность играет стремление к своему становлению и развитию. Говоря о криминальной экономике, главной целью ставится желание индивидуума неадекватного обогащения при помощи использования преступных методов.

Рассмотрим пирамиду движущих сил неформального сектора экономики (рисунок 1).



Рисунок 1 – Пирамидальное строение неформального сектора экономики¹¹

Верхушку пирамиды занимают черная экономика, которая напрямую связана с нарушением законодательства государства. К нелегальной экономике относятся множество видов преступной деятельности, например: производство и продажа запрещенной продукции; вымогательство; разбой; кражи; похищение и торговля людьми.

¹¹ Статья «Теневая экономика в современной интерпретации: сравнительный анализ». URL: <http://refleader.ru/jgemerrnaqasjge.html> (дата обращения: 03.02.16).

В контексте нашей работы нас интересует «серая» экономика. Именно сюда мы можем отнести предпринимателей и мелких бизнесменов. Под определение «серой» неформальной экономики попадает экономическая деятельность, которая разрешена законом, но не учитывается официальными учетными данными. Таким образом, серая экономика представляет сектор теневой экономики, в котором производятся обычные товары и услуги, но предприниматели уклоняются от правомерного официального учёта в целях снижения расходов, связанных с получением лицензии на осуществляющую деятельность, уплаты налогов и т.д. «Серая» экономическая деятельность редко выступает объектом осуждения, так как является достаточно распространенным средством дополнительного заработка у низших и средних слоев населения.

Третья группа представлена наемными работниками, причем как физического, так и интеллектуального труда. К ним могут примыкать коррумпированные государственные служащие, в доходах которых большую часть составляют взятки.

Общий интерес для всех слоев «пирамиды» заключается в получении дополнительного дохода за пределами «правового поля».

Кальянные заведения, как представители среднего слоя, изначально являются законными собственниками производимых доходов, но в дальнейшем уводят доходы от налогообложения. Зачастую для них иначе нельзя: применение действующих штрафов и отсутствие лицензии на алкогольную продукцию ставит под угрозу существование собственного дела. Часто владельцы таких заведений привлекают представителей криминальных структур для урегулирования проблем с должностными лицами.

Нестабильная экономическая ситуация в России и законы, выступающие против всякого рода курения в общественных местах, стали причиной упадка кальянной культуры как для предложения так и для спроса.

Так же негативное влияние оказали скачки зарубежной валюты по отношению к рублю и общие кризисные явления в экономике. Было время, когда кальянная была очень доходным и быстро окупаемым бизнесом, так как не имела особых законодательных ограничений и относилась к категории премиум-потребления. На сегодняшний день важным фактором прибыльности данной отрасли является наличие лицензии на продажу алкоголя, поэтому в следствии ее не наличия, заведениям приходиться уходить в тень или придумывать новые схемы по типу: приносите свой алкоголь и оплачивайте время нахождения. Отрицательное влияние на развитие рынка кальянных насчитывает несколько факторов. Во-первых, речь идет о курсе валют, из-за колебаний которого снижается доступность к качественному табаку и оборудованию для его курения, поскольку она связана с импортом. Второй понижающий фактор — снижение покупательской способности населения. Из-за роста безработицы, снижения доходов и роста затрат на ежедневные покупки продуктов и услуг сумма потенциальных располагаемых расходов на досуг и развлечения у граждан падает, что является понижающим фактором для рынка кальянных баров. Наконец, третий негативный фактор — ограничения государства. Введено новое законодательство, которое предъявляет строгие требования к оборудованию кальянных, что ведет к уходу таких заведений в тень, а именно в приватные клубы.

1.3. Демонстративное потребление

Американский социолог и экономист Торстейн Веблен (1857-1929 гг.) в конце 19 века в своей книге «Теория праздного класса» ввел понятие «показное (демонстративное) потребление» (Conspicuous Consumption). Под этим понятием он понимал расточительные траты на товары или услуги с преимущественной целью продемонстрировать собственное богатство. Демонстративные потребители считают, что такое поведение служит средством достижения или поддержки определенного социального статуса. Существует более специализированный термин «Invidious consumption», обозначающий потребление с умышленной целью вызвать чувство зависти. Кроме того, в разговорном английском языке также используется фраза «keeping up with the Joneses», означающая «быть не хуже людей».

Показным, престижным и статусным потреблением называют такое потребление, основным мотивом которого является демонстрация своего высокого социального положения. Целью статусного потребления является демонстрация высокого статуса, а престижного - потребление во имя завоевания престижа. Основным средством демонстрации статуса является высокая цена демонстративно потребляемых вещей.

Этот стиль потребления, по мнению Т.Веблена, был характерен для так называемого "праздного класса" – новых богатых американцев, которые старались подражать высшему классу Европы, но в отличие от него выставляли свое потребление напоказ. Это показное потребление позволяло праздному классу укрепить свое представление о себе как об элите американского общества.

В основе тяги к демонстративному потреблению лежит, вероятно, потребность в принадлежности к группе богатых и могущественных. Будучи неудовлетворенной, эта потребность у части людей может вызывать чувство дискомфорта. Примером такого поведения может служить рассказ известного русского богача и кандидата в президенты (1996 г.) о том, как он однажды идя

по улице, злился, что никто не знает, какой он богатый. Тогда он зашел в магазин и купил дорогой кожаный ремень и ему сразу полегчало.¹⁰

Интерес к демонстративному потреблению проснулся у социологов и экономистов в связи с расслоением общества и появления в нем все большего числа нуворишей – людей, «сделавших себя сами», которые вышли из бедных слоев и стараются постоянно подчеркивать и доказывать свое богатство и статусность.

Демонстративное потребление в России, как и в других странах в период первоначального накопления капитала, сталкивается с проблемой многозначности текста. Участники опроса экспертов, которые отмечают атрибуты богатого человека в России, выявили существование некой связи с криминальным миром. Таким образом, человек тратит огромные деньги, для того чтобы сказать: "Я очень богат, я принадлежу к избранному слою преуспевающих людей", но окружающие его люди, читая это видят гораздо больше, а именно подтекст, который он, скорее всего, не хотел бы озвучивать: "Я из криминального мира".

Демонстративное потребление свойственно всем слоям общества. Однако в абсолютном своем выражении оно существенно различается. "Норма благопристойности, - как писал Т.Веблен, – растет от слоя к слою, и под страхом утраты своего привилегированного положения необходимо жить на уровне требований приличного внешнего вида".¹²

Новые богатые дают начало потребительской гонке, и в нее попадают и те, у кого нет лишних денег. Для обозначения своего статуса последние вынуждены потреблять на грани своих финансовых возможностей. Потребление реструктурируется таким образом, что на первый план выходит показное потребление, а более насущные, но малозаметные для постороннего глаза его формы ограничиваются.

¹² Веблен Т. Теория праздного класса. Демонстративное потребление. Перевод С.Г.Сорокиной. Примечания Е.А.Кретова. Редактор О. Г. Радынова, 1984. С.87-91.

Так и кальян для многих людей — это уже не столько средство для расслабления, сколько средство завоевания репутации преуспевающего человека. И бедные, и богатые прикладывают максимум усилий, стремясь поддерживать «приличный уровень» потребления. Люди могут тонуть в долгах, но будут продолжать тратить деньги на кальян, так как он характеризует их уровень жизни в глазах окружающих. И это показное потребление, не является болезнью отдельных людей, это норма культуры, которая давит и диктует иррациональное поведение. В такой культуре быть скромным и прислушиваться только к своим естественным потребностям не допустимо. Не участвующий в погоне за престижностью рискует оказаться в изоляции и подвергнуться насмешкам.

Для демонстрации высокого статуса используется довольно широкий набор предметов потребления, услуг, стилей жизни. Эту функцию может выполнять любой товар или услуга, которые имеют высокую цену и открыты для достаточно широкого обозрения. Главный же атрибут вещей, используемых для показного потребления, является их дефицитность, недосыгаемость для широкой публики, которая может их наблюдать, но не иметь возможности получить.

Так на сегодняшний день кальянные стали являться чрезвычайно престижными местами. Отличительной чертой данных заведений стала их исключительность, которая достигается не качеством обслуживания, а затрудненностью доступа. Достаточно высокая прибыль получается не за счет привлечения людей, а наоборот за счет того, что их сюда не допускают. Хозяева кальянных специально создают трудности в доступе, чтобы клиенты могли преодолевать их посредством своих денег. Чаще всего количество мест в таких заведениях строго ограничено и нужно заранее бронировать столы. Чем труднее попасть в такое заведение, тем больше возникает стремление побывать в нем за большие деньги. Директора регулируют доступ в данные заведения специальными карточками, которые получить может далеко не

каждый. Эти места являются трудно доступными, а потому очень престижными.

Под демонстративным потреблением мы понимаем покупку и использование товаров осознаваемой или неосознанной целью привлечь внимание окружающих или конкретных индивидов. Товар становится пригодным для демонстративного потребления, если он имеет хотя бы два из соответствующих критериев: престижность, высокая цена, эксклюзивность, новинка последнего сезона, яркость цвета, броскость внешнего вида (блеск, большой размер элементов, необычная форма, большое количество). Что касается кальянов и кальянных, то они: престижны, высоки по цене, эксклюзивны и имеют необычный внешний вид.

Демонстративное потребление вырастает из попытки одних продемонстрировать принадлежность к высокому социальному классу и попытки других «дорастить» до более высшего класса. Следует различать демонстративное потребление и просто «открытое потребление» – это то, что видят многие окружающие люди.

Многие стремятся казаться более богатыми хотя бы в присутствии большого количества персон, что способствует возникновению показного (демонстративного) потребления. Чаще всего такой тип потребления проявляется у провинциальной молодежи, но имея не слишком большой достаток проявляют свое демонстративное потребление использованием не только дорогих вещей, но и эксклюзивных, сделанных на заказ или привезенных из памятных мест. Другими словами, такие вещи и услуги, которые другие хотят, но не могут получить.

Демонстративное потребление можно описать словами Эрика Фромма: «Казаться, а не быть».¹³

¹³ Чебаков Р.К., Шевина Д.В. Демонстративное потребление молодежи/ Национальный исследовательский институт «Высшая школа экономики», г.Пермь, 2014. С.121-124.

Веблен говорит, что жизнь напоказ возникла у американских нуворишей (новых богачей, праздного класса) как подражание высшему классу Европы. Но если европейское дворянство не нуждалось в доказательствах обладания богатством, то в Америке конца 19 века это было чрезвычайно важно. Подобная ситуация прослеживается и сегодня – молодежь из действительно состоятельных семей, успевших насладиться богатством, не характеризуется демонстративным потреблением. Основными представителями данного явления выступают те, кто только начинает идти по лестнице материального достатка: те, кто в недавнее время сам стал прилично зарабатывать, те, кто приехал из деревень, те, кто ставит перед собой цель устроить свою личную жизнь. То есть те, кто еще не стablyно стоит на ногах, а находится на переходной стадии, не заняв твердо социально-экономического положения.¹⁴

Демонстративное потребление включает в себя три классических компонента: аффективный, когнитивный и мотивационно-волевой. Эмоциональный компонент не является ведущим – человек приобретает товар-демонстратор не только в связи со своим эмоциональным состоянием, а тщательно обдумав покупку. Когнитивный компонент характеризуется двумя крайностями. Редко он выражен достаточно сильно: человек размышляет и детально обдумывает, как, где и в каких обстоятельствах лучше использовать покупку. Но чаще человек даже не задумывается, не рефлексирует, что покупка демонстративна. Мотивационно-волевой компонент также развит достаточно сильно, он является ведущим – человек знает, что принесет ему применение этого товара «на людях».

Таким образом, нельзя говорить о том, что демонстративное потребление иррационально, что в нем преобладает эмоциональное, а не логическое начало. Оно нерефлексируемо, но не иррационально.

Степени демонстративного потребления:

¹⁴ Чебаков Р.К., Шевина Д.В. Демонстративное потребление молодежи/ Национальный исследовательский институт «Высшая школа экономики», г.Пермь, 2014. С.19.

1) нулевая степень: отсутствие демонстративности. Личность психологически здорова и самореализуется через таланты, успехи в профессии, хобби, а не через дорогие или яркие товары;

2) первая степень: умеренная демонстративность в потреблении. Демонстративность выступает как средство обратить на себя внимание значимых людей или просто прохожих. При этой степени человеку важно подчеркнуть свою индивидуальность, а также качество и дороговизну потребляемых товаров, поскольку безупречный, «с изюминкой» внешний вид и аксессуары помогут ему в карьере, в работе, в личной жизни и т.п. И потребление здесь можно трактовать как потенциал, как показатель стремления к личностному, социальному и экономическому росту.

3) вторая степень: сверхдемонстративность в потреблении – демонстративность как цель, как смысл, демонстративность ради демонстративности. Пожалуй, это большой шаг к истерическому либо нарциссическому расстройству личности. Нарциссическое расстройство личности описывается как расстройство, при котором самолюбование и самомнение доведены до предела.¹⁵

¹⁵ Ильин В.И. Поведение потребителей, 1998. С. 10-24.

1.4. Эффект «присоединения к большинству»

Спрос на потребительские товары может быть классифицирован в соответствии с мотивами, которые его вызывают. Выделяют функциональный и нефункциональный виды спроса. Функциональный – это тот спрос, часть которого обусловлена качествами, присущими самому товару. Говоря о нефункциональном спросе, можно считать доказанным, что часть спроса на потребительский товар обусловлена другими факторами, а не присущими ему качествами. Наиболее значительная часть нефункционального спроса обусловлена внешними воздействиями на полезность. Она извлекается из данного товара и увеличивается или уменьшается в зависимости от того, приобретается ли этот товар другими людьми или благодаря тому, что этот товар имеет более высокую цену в сравнении с другими товарами.¹⁶

Нефункциональный вид спроса делится на три категории:

- эффект «присоединения к большинству»;
- эффект «сноба»;
- эффект «Веблена».

В данной курсовой работе будет целесообразно рассмотреть эффект присоединения к большинству. Этот термин был предложен Харви Лейбенстайном (1922 – 1994 гг.) – американским экономистом в статье «Эффект присоединение к большинству, эффект сноба и эффект Веблена в теории покупательского спроса» (1950 г.). Под этим эффектом он подразумевает ту величину, на которую возрастает спрос на товар из-за того, что другие тоже покупают этот же самый товар. Эффект присоединения к большинству выражает стремление людей приобрести товар, с целью не отстать от жизни, чтобы соответствовать тому кругу людей, в котором они хотели бы вращаться, чтобы быть модными и для того, чтобы не выглядеть как «белая ворона». Так же этот эффект побуждает потребителя покупать то, что покупают и все всего окружающие. Он вызван желанием не отставать от

¹⁶Функциональный и нефункциональный спрос. URL:[http://www.grandars.ru/student/ekonomicheskaya - teoriya/ nefunktionalnyy-spros.html](http://www.grandars.ru/student/ekonomicheskaya-teoriya/nefunktionalnyy-spros.html) (дата обращения 08.05.16).

других. Человек старается приобрести тот товар, который на данный момент приобретает большое количество других покупателей, для того чтобы чувствовать себя равным им и выдерживать общий стиль.

Интересным фактом является то, что термин «присоединение к большинству» является переводом английского слова «bandwagon». Именно это слово использует Лейбенстайн для обозначения данного явления. В американском разговорном языке слово «bandwagon» имеет два значения: первое – сторона, одержавшая вверх; второе – видное или удобное положение. Выражение «to get into the bandwagon» означает «примыкнуть к движению, имеющему шанс на успех».

Можно сделать вывод, что под эффектом присоединения к большинству можно понимать случай, когда отдельный покупатель предъявляет большой спрос на товар из-за того, что некоторые или все остальные покупатели на рынке также предъявляют большой спрос на этот товар. Так же считается, что эффект присоединения к большинству является популярной теорией, которая объясняет процесс распространения модных тенденций в обществе.¹⁷

Эффект присоединения к большинству – один из эффектов, который насквозь пронизывает человеческую жизнь: люди не только покупают товары из-за того, что их приобретают другие, но и принимают более важные решения как бы «за компанию». Такими решениями могут стать вопросы куда идти учиться, где работать и, конечно, как проводить время. Так, например, можно проследить действие этого эффекта в кальянной сфере. Интересно изучить поведение людей в обществе ценителей кальянной продукции. Все чаще люди, не курящие сигареты и ранее отрицательно относившиеся к курению табака приходят к эффекту присоединения к большинству во время встреч друзей или коллег в кальянных. Индивиды реагируют на действия окружающих их людей и под их воздействием делают выбор в пользу отказа от привычного поведения. Так же, на мой взгляд, в

¹⁷ Лейбенстайн Х. Эффект присоединения к большинству, эффект сноба и эффект Веблена в теории покупательского спроса, 1999. С. 304-312.

России рынок кальянов имеет ограниченный выбор, что все больше подталкивает людей к совершению покупок или приобретения услуги курения кальяна.

Эксплуатация этого эффекта является основным средством рекламы и продажи продуктов в кальянной сфере.

Эффект присоединения к большинству проиллюстрирован ниже (рисунок 2).

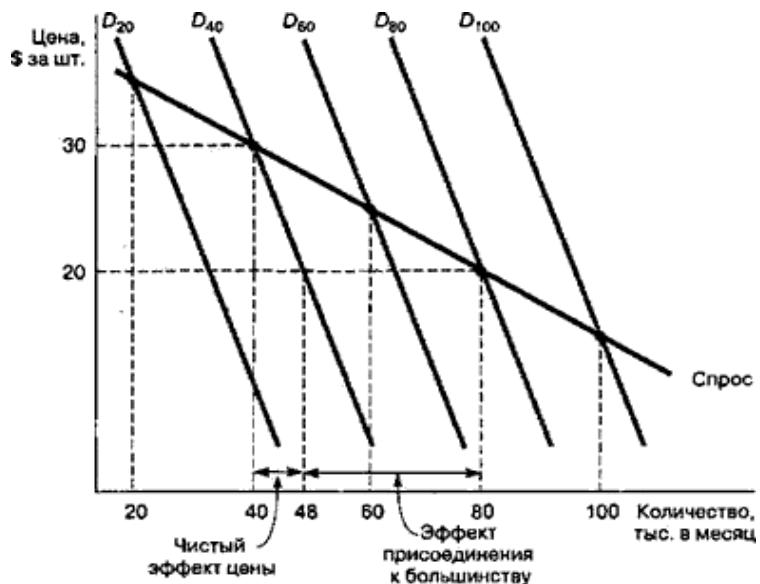


Рисунок 2 – Эффект присоединения к большинству¹⁸

По горизонтальной оси откладывается объем продаж модного товара (в моем случае кальяна) в тысячах штук в месяц. Можно предположить, что только 20 тыс. людей купили этот товар. Относительно всего населения это небольшое количество, а значит мотивация потребителя покупать этот товар для того чтобы «быть в тренде» незначительна. Но все же единицы потребителей приобретут этот товар, но только по его действительной стоимости. В этом случае спрос представлен кривой D₂₀.

¹⁸ Статья «Сетевые внешние эффекты». URL: <http://economy-ru.com/mikroekonomika-kniga/setevye-vneshnie-effekty-19037.html> (дата обращения: 08.03.16).

Если же потребители уверены, что этот товар купили уже 40 тыс. человек, то автоматически он становится для них более привлекательным, и люди хотят покупать его в больших количествах. Эту ситуацию отражает кривая спроса D40, которая находится справа от кривой D20. Но, если потребители верят, что товар купили 60 тыс. человек, спрос на него будет изображен кривой спроса D60.

Можно сделать вывод, что чем больше людей, по мнению потребителей, приобретают товар, тем дальше вправо будет сдвигаться кривая спроса. Эффект присоединения к большинству – это положительный сетевой внешний эффект, при котором количество товара, на которое возникает спрос со стороны отдельных людей растет в ответ на рост покупок других людей. Когда цена товара падает с 30\$ до 20\$ этот эффект заставляет спрос на товар сдвигаться вправо – из положения D40 в D80.

Хоть эффект присоединения к большинству связывается с переходящими увлечениями и модными течениями, положительные сетевые внешние эффекты могут возникать и по другим причинам. Чем большее количество людей имеет определенный товар, тем больше действительная стоимость этого товара для каждого его владельца. Например, если бы курение кальяна не являлось модной тенденцией и лишь единицы имели его в наличии или имели доступ в заведения, предоставляющие услугу курения кальяна, то для компаний будет нерентабельно производить табак для курения. Без табака кальян будет иметь малую ценность. Но чем больше людей имеют кальян, тем больше будет производиться табака и тем больше будет для человека ценность кальяна.

Конечно, яркой иллюстрацией эффекта присоединения к большинству является быт современных людей, особенно молодежи: они вряд ли задумываются о том, что делают. Для них более ценной является оценка окружающих.¹⁹

¹⁹ Лейбенстайн Х. Эффект присоединения к большинству, эффект сноба и эффект Веблена в теории покупательского спроса, 1999. С.25.

Важно отметить, что эффект «присоединения к большинству» выступает полной противоположностью эффекту «сноба» и отражает ситуацию, когда товар покупается не в силу необходимости, а в силу желания быть как все и не отставать от своего окружения.

ГЛАВА 2. КУРЕНИЕ КАЛЬЯНА: СОЦИАЛЬНАЯ ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННЫЕ ПРАКТИКИ

2.1. История возникновения кальяна

Кальян – это инструмент, средство, используемое для курения табака, который состоит из четырех частей, а именно: сосуда с водой, трубки, верхушки и мундштука. Курение кальяна имеет достаточно длинную историю. Сейчас, когда купить кальян можно не только в специализированных магазинах, но и в Интернет, уже мало кто задается вопросом о том, когда и как появился кальян, какова была его история.

Существует большое количество версий возникновения кальяна, но точно сказать в какой стране изобрели кальян очень трудно, так как каждый год одна из гипотез, подкрепляя свою достоверность новыми находками, начинает перевешивать в свою сторону. Чаще всего можно услышать версию о том, что кальян был изобретен в Индии, так как именно индуисты научили курить кальян персов, а те в свою очередь передали этот навык сирийцам и египтянам. Позже кальян начал завоевывать популярность в Тунисе, Иране, Пакистане, а чуть позже и в Африке. Первые кальяны делались из подручных средств. На островах в качестве шланга использовали полый тростник, а колбой служил кокос. На равнинных частях в качестве колбы могли использовать тыкву. Кальян является уникальным устройством курения и имеет большое количество названий. Самыми частыми названиями являются: hookah, hooka, huka, shesha, shisha, sheesha, shishah или nargila.²⁰

Когда в 1633 году кальян впервые появился в Малой Азии, любовь к нему стала расти так быстро, что Султан, обеспокоенный тем, что кальян будут любить больше чем его самого, запретил курить его под страхом смерти. Но кальян настолько нравился его подданным, что даже под страхом смерти они тайно продолжали курить его. Даже то, что за курение кальяна их

²⁰Кальян: история возникновения «дымной» моды. URL: <http://vladi-room.ru/kalyan-istoriya-vozniknoveniya-dymnoj-mody-59787/> (дата обращения: 06.04.16).

действительно ловили и предавали казни, не могло их остановить. Кальян являлся для них дороже жизни. Султан оказался мудрым правителем и спустя 14 лет, понимая то, что если он продолжит казнить подданных за использование кальяна, в итоге он останется один, снова разрешил курить кальян и даже сам стал его использовать. Султану наполняли кальян смесью опиума, молотого жемчуга и ароматических трав, а сверху вместо дубового угляка, который использовался для простых людей, клали кусочек хорошо высушенного верблюжьего навоза из дворцовых кладовых. Использование навоза было связано с тем, что ничто не тлеет так медленно и ровно, как хорошо высушенный верблюжий навоз. Начали строиться отдельные мастерские для производства кальянов, кальяну в те времена уделялось много внимания.

По мере развития кальян модернизировался. Вместо фарфора из Персии они начали использовать серебро, турецкое стекло и хрусталь. К кальянному шлангу, они крепили мундштук, который изготавливается из дерева или янтаря (считалось, что янтарь убивает микробы). Некоторые мундштуки были похожи на настоящее произведение искусства. Остальные части курительной трубки были работой ремесленников, каждый из них специализировался на отдельных деталях. Мастера также украшали кальяны разнообразной красивой резьбой. Например, трубки украшали картинами военных баталий или же элементами местной флоры. Конечно, такие кальяны стоили больших денег и были доступны только знати, простому народу приходилось пользоваться упрощенными моделями без излишков. Кальяны заправляли различными видами табака. Богатые сословия общества использовали смесь табака и фруктовой патоки (чаще всего виноградной), гашиша и жемчужной пыли, основное же население курило черный табак (Tambak). Табак поджигался при помощи древесного угля, помещенного именно на табак. В колбу кальяна для усиления вкуса, могли помещаться различные соки, масла и фрукты.

На Востоке если гостю предлагали покурить кальян и получали отказ, то это могло оскорбить хозяина дома, так как такое предложение считалось проявлением уважения к хозяину. Одним из фактов подтверждающих эту традицию, был инцидент в 1842 году, из-за которого чуть не разгорелся конфликт между Францией и Турцией. На приеме французскому послу не было предложено выкурить кальян, что посол принял ужасным оскорблением со стороны турецкого султана. Поэтому очень важно перед тем как отправляться в чужие страны изучить их традиции и обычаи и стараться следовать им. Так, например, у арабов тщательно облизанный мундштук считался проявлением большого уважения. Предложение выкурить кальян до сих пор считается особым знаком расположения, и отказ может быть воспринят как оскорбление.

В конце XIX начале XX веков рядом с кальяном любили фотографироваться турецкие женщины из высших слоев общества. Он был важнейшим атрибутом чаепитий и интеллектуальных соборищ; однако с распространением сигарет интерес к нему резко упал. До сих пор во многих арабских странах сохранилась традиция совмещать курение нархиле с игрой в нарды, карты, шахматы и питием кофе и чая. А иногда в кальянном кафе можно встретить пожилого рассказчика, ведущего неторопливый сказ о героях давно минувших дней. «Табак дает вкус жизни, а сироп и фрукты – спокойствие мыслей», – говорят в Дамаске, где мужчины, большинство своего времени просиживают в кальянных, потягивая ароматный дым.²¹

История возникновения кальяна насчитывает шесть версий его появления.

Индийская теория, которая рассказывает нам о том, что кальян появился именно в Индии, а спустя некоторое время торговцы и путешественники, заинтересовавшись этим приспособлением перевезли его

²¹ Кальян: история возникновения «дымной» моды. URL: <http://vladi-room.ru/kalyan-istoriya-vozniknoveniya-dymnoj-mody-59787/> (дата обращения: 06.04.16).

через Персию и страны Ближнего Востока, Восточную Азию, Саудовскую Аравию, Египет, Восточную и Северную Африку и на всю территорию Османской Империи. Кальян стремительно распространялся по всему миру и везде, где бы он не побывал, он становился чрезвычайно популярным. В каждой стране ему давали свое название, именно поэтому в настоящее время у кальяна насчитывается более 40 имен, интересно, что все они имеют Персидское происхождение.

В Индии кальян использовали как сильное обезболивающее средство, при этом вместо табака они использовали гашиш, добавляя различные примеси лекарственных растений и специй. Они использовали смолу, получаемую в результате горения такой смеси трав. В те времена кальян имел иную форму нежели сейчас. Он выглядел как кокосовый орех пальмы *Narcil*, которая растет в Индии. Мякоть, которая находилась внутри ореха удаляли, проделывали два отверстия, в одно из которых вставляли полую солому, а смесь трав помещали внутри. Так выглядела первая простейшая форма современного кальяна. Именно от названия этой пальмы *Narcil* произошло современное название *Narghile* (кальян). Но распространяясь по всему миру, кальян видоизменялся. Когда это приспособление достигло Египта, то изменениям подверглась колба (ранее упоминалось, что она была сделана из ореха). Теперь она стала делаться из полой тыквы.

Но больше всего кальян подвергся дополнению и изменению, попав в Персию. Народ Персии сразу же полюбил это необычное устройство и приложил максимум усилий для его улучшения. Именно там сделали колбу из фарфора, заменили гибкий шланг из шкуры змеи на полую солому. Иногда в качестве шланга использовались жилы змеи, делая шланг очень практичным. Самое важное, что Персы привнесли в историю кальяна – это его долговечность. Персы также придумали закрепляющийся над колбой

поднос, сделанный из бронзы, который предназначался для табака, что опять же помогало продлить работу этого уникального устройства для курения.²²

Вторая версия – Американская. Ученый Л. Винер в результате своих исследований в начале 20 века установил, что еще американские индейцы в качестве способа курения использовали тыкву, через которую пропускали дым тлеющего табака. Винер заявил, что за несколько столетий до прибытия торговцев и открывателей европейцев на американский континент, именно из Америки было перемещено курение табака в Африку. Американский исследователь Сертима попытался дополнить эту теорию, утверждая, что африканские люди, жившие в Америке, еще до ее официального открытия перенесли способ курения табака через трубку, которая была наполнена водой.

Третья версия – Персидская. Основоположником этой теории является исследователь Ду Тойта. Он написал и опубликовал множество статей, в которых поддерживал персидское происхождение кальяна. Так же он занимался исследованиями происхождения гашиша и способами его курения. В своих исследованиях он говорил, что при курении гашиша использовалась водяная трубка «dakka». Так же Ду Тойта обнаружил, что наибольшее количество названий кальянов имеют Персидское происхождение.

Четвертая теория – Африканская. Эту теорию происхождения кальяна активно поддерживали ученые Дж. Филипс и А. Данхилл, который также изучал водную трубку dakka. Эту трубку использовали для курения племена, живущие на юге Африки. А. Данхилл рассматривал эту трубку как предшественник современного кальяна. Филипс же исследовал материалы, которые были получены на раскопках в Замбии, Танзании, Кении и других частях Африки. Сделанные находки дали возможность предположить, что именно на африканском континенте появились первые основоположники кальянов. Но также существуют археологические находки в восточной и

²² Исторические версии возникновения кальяна. URL: http://tabacopedia.ru/hookah/history_versions/ (дата обращения: 09.04.16).

южной Африке, которые свидетельствуют нам об использовании водяных трубок для курения на этом континенте задолго до 1600 года.

Пятая версия – Европейская. В Европе первые кальяны появились в 18 веке и использовались тогда в качестве сувениров, причиной такого использования являлось распространение курительных трубок. Но спустя века, кальян начал применяться по назначению, а именно для курения табака и очень быстро стал популярным в Европе среди богачей. Он стал незаменимой атрибутикой званых вечеров и светских бесед, а дамы высшего общества с гордостью щеголяли своим умением курить кальян. Некоторые ученые также отстаивают версию происхождения табака, полагая, что современный кальян имеет форму американской водяной трубки, которую применяли в средиземноморском регионе европейцы в XVI-XVII столетиях. Исследователи продолжали систематические археологические раскопки в Южной и Восточной Африке в течение всего XX столетия, и могли бы предоставить неоспоримые свидетельства использования водяных трубок для курения табака на этом континенте задолго до 1600 года.

Шестая версия – эфиопская. Эта версия основывается на случае, когда в эфиопской пещере были обнаружены глиняные шары для водяной трубки и пепел от гашиша, которые были датированы XIV столетием. Были проведены исследования на основе химических методов, которые показали, что о происхождении кальяна мы знаем не все.²³

До сих пор точное место происхождения кальяна остается загадкой, точно лишь можно сказать о том, что кальян курили еще задолго до того, как мы начали вести свою осознанную историю.

²³ Исторические версии возникновения кальяна. URL: http://tabacopedia.ru/hookah/history_versions/ (дата обращения: 09.04.16).

2.2. Практики кальянокурения

Со временем кальян превратился в популярное во всем мире развлечение. Из-за роста популярности производители стали использовать более дешевые материалы. Трубки теперь изготавливаются из силикона и резины вместо кожи и проволоки. Кальяны стали более надежными и практичными в использовании, стали служить дольше.

Тем не менее, больше всего до сих пор ценятся кальяны, сделанные вручную по старинным технологиям. Штампованные заводские кальяны редко имеют хорошее качество.

Еще одна тенденция современной кальянной жизни – появление различных безтабачных и безникотиновых смесей. Это объясняется массовой борьбой с курением во всем мире. На полках магазинов и в кальянных все чаще можно встретить паровые камни и безникотиновые смеси из свеклы, чая и других, схожих с табаком основ.

В последние годы форма и внешний вид кальяна постоянно претерпевает изменения. Все больше форма кальянов отходит от классической в пользу необычного дизайна, все больше привлекающего людей. Чешская компания MeduseDesign, первая создала кальян Медуза, который имел необычный внешний вид и высокую цену. Далее появилось множество последователей, которые создавали проие дизайнерские кальяны из стекла и других материалов.

Сегодня, в производстве кальянов используют более современные и усовершенствованные технологии, медь и латунь сменила нержавеющая сталь, трубки теперь производятся из силикона. Новые технологии упрощают процесс эксплуатации кальяна и делают его более долговечным. Как и сотни лет назад, в наши дни кальян ценят и любят его поклонники, женщины и мужчины, заядлые курильщики и не курящие. Атмосфера, которая создается

во время курения, является, наверное, самой ценной и уникальной частью кальянокурения.

Что касается Фруктовых кальянов, то тут без русских не обошлось. Сложно сказать, кто первым догадался приготовить кальян на фрукте, но такое большое распространение эта традиция получила именно в России.

Сегодня, в кальянную, где вам не смогут приготовить кальян на ананасе или хотя бы на яблоке никто даже и не заглянет. Раньше самыми популярными видами фруктовых кальянов были: на ананасе, цитрусе или яблоке, сейчас же, с ростом популярности кальяна в нашей стране, начали появляться большее количество их разновидностей. Обычные кальянщики экспериментируют с кальяном на кокосе или дыне, но профессионалы своего дела работают с розой, помидорами, кактусом, огурцом и даже луком. Полной противоположностью являются мусульманские страны, где курение кальяна является не видом отдыха, а традицией и кальяны на фруктах не приветствуются, их курят только русские туристы.²⁴

Если сравнивать кальяны, которые в мусульманских странах курили все эти века, с современными кальянами, то можно выделить несколько основных, весьма незначительных усовершенствования:

Изобретение клапана. Кальяны всегда нуждались в продувке, и раньше для этого использовалось «технологическое отверстие», затыкавшееся пальцем или пробкой. Клапан изобрали довольно давно, и он сделал курение кальяна куда более удобным и приятным.

Материалы. Они претерпели кардинальные изменения. Для шахты все чаще применяется нержавеющая сталь, которая несколько хуже охлаждает дым, зато намного долговечнее латунной или медной.

²⁴ Современный кальян. URL: <http://xn--80atei8esa.xn--p1ai/kalian/vybor-kalyana/sovremennoj-kalyan.html> (дата обращения: 16.04.16).

- Для шлангов вместо выделанной кожи применяются синтетические материалы разного качества. Благодаря современным полимерам стало возможным изготовление долговечных моющихся шлангов. Чаши, которые раньше изготавливались только из глины, теперь делаются также из прочих видов керамики, металлов и даже стекла.

- Использование стекла, позволяет изготавливать невероятно красивые устройства, способные украсить любую вечеринку.

Современные кальяны имеют максимальное количество усовершенствований. Как правило, они имеют несколько составных частей, которые могут отделяться друг от друга. Таким образом, история кальянов приводит нас к универсальности и компактности. Так, в качестве составных частей используются:

- колба;
- верхняя часть, которая состоит из блюдца, шахты и чаши;
- шланги с мундштуком.

Колба объединяет все эти элементы в одно целое. Такое решение заставляет дым проходить длинный путь. При этом одна часть смол оседает на стенах трубок и переходов, а вторая поглощается жидкостью.

На сегодняшний день сложилось несколько традиций, курения кальяна:

- 1) Нельзя передавать мундштук из рук в руки, его просто нужно положить рядом.
- 2) Кальян ставят на пол, за исключением небольших декоративных приборов.

- 3) Не принято также прикуривать сигареты от углей, тлеющих в кальяне — это неэстетично.
- 4) В кальянах нельзя использовать никакой иной табак, кроме специально предназначенного для этой цели, влажного на ощупь. Если вы попробуете курить обычный сухой табак этим способом, то вы рискуете обжечь горло.

2.3. Классификация кальянов

Классифицировать кальяны можно по многим признакам. Таким как: отделка и материал кальяна, его высота и место производства, его предназначение.

По предназначению можно выделить следующие виды:

Кальян в качестве сувенира или предмета интерьера. Такой кальян имеет высоту от 20 до 30 см, его главной ценностью является красота оформления, именно поэтому его части могут быть полностью запаяны или посажены на клей.

Кальян-подарок. Кальян имеет высоту от 30 до 40 см, так же характеризуется компактностью и хорошим дизайном.

Кальян для курения. Такой кальян имеет высоту от 50 до 120 см, его главным достоинством является качественный материал, а дизайн не значителен, такой кальян чаще всего оснащен сменными мундштуками.

Кальян для интерьера. Его высота примерно до 2 м, такой кальян может быть как запаян и являться только украшением, так и функциональным. Минусом таких кальянов является то, что их неудобно заправлять табаком и водой. Для того чтобы его вымыть нужно приложить большие усилия. Из-за большого размера кальяна появляется еще одна проблема – внутренний объем достаточно велик, и поэтому для создания необходимого разряжения над поверхностью воды при пропускании через нее дыма нужно втягивать большой объем воздуха. Более того, такие кальяны часто снабжаются несколькими шлангами для совершенствования их дизайна. Но тем не менее это не означает, что его могут курить одновременно несколько человек. Чтобы осуществить «групповое» курение нужно ставить клапаны на все шланги, если клапанов нет, то при попытке курения из одного шланга, воздух втягивается из другого.

По месту производства можно выделить:

- Китай представляет сувенирную продукцию, тяжело найти качественный товар.
- Египет имеет большое разнообразие различных видов кальяна, как для специалистов-курильщиков, так и для простых туристов. Можно найти очень качественный кальян.
- Турция славится кальянами для сувенирного потребления, так как турецкий металл известен как один из самых тонких металлов.
- Индия насыщена очень красивыми, «интерьерными» кальянами, сделанными вручную в основном из латуни. Такой кальян требует бережного обращения и очень редко используется для курения.
- Кальяны сирийского производства очень легко отличить по сферической части в основании шахты. В основном сделаны полностью из металла, отличаются практичностью и надежностью.
- Кальяны ливанской компании MYA являются лучшими на рынке России. Достаточно высокая цена окупается качеством продукции.
- Другие страны: Пакистан, Иран, и т.д.

По высоте и материалу изготовления можно выделить следующие группы:

- Маленький сирийский кальян: вместо гибкого шланга имеет жесткую трубку.
- Средний турецкий кальян: материал изготовления стекло и металл или дерево (верхняя часть) и стекло. Отличительной чертой является не сужающийся сверху защитный колпак.
- Средний египетский кальян (шиша): высота 50 см. Материал изготовления стекло и металл (металлическая верхушка, стеклянная колба). имеет шариковый клапан для удаления излишков дыма.

- Средний египетский кальян (бори): высота 50 см. Материал изготовления металл, металлическая трубка, отсутствует клапан, обычно украшается чеканкой ручной работы.
- Средний египетский кальян (гоза): высота 60 см. Изготавливается из металла, такой тип кальяна стилизован под старину, так же оснащен шариковым клапаном для удаления дыма и имеет небольшой объем воды – 150 мл
- Большой египетский кальян (шиша) – высота 100 см. Изготавливается из стекла и металла. Имеет тяжелую верхушку и шланг со сменным мундштуком.

По способу соединения выделяют два вида: резьбовые и составные.

- Резьбовые кальяны: шахта закручивается к колбе по резьбе (при покупке надо проверить, чтобы резьба не была слишком короткой, так как резьбу можно легко сорвать).
- Составные кальяны: шахта присоединяется к колбе с помощью специальных уплотнителей-помп, которые меняются по мере износа.

По материалу для курения можно выделить:

- Кальян: прибор для курения специального табака или табачной смеси.
- Бонг: специальный прибор для курения каннабиса с фильтрацией дыма через воду. Обычно выглядит в виде вертикальной трубы.
- Водяная трубка: специальный вид кальянов для курения трубочного табака с чашкой из корня средиземноморского вереска или дерева.

По устройству шахты можно выделить: кальяны с полой шахтой и кальяны с трубкой по всей длине. Кальяны с полой трубкой дешевле, но их трудно отмыть от осаждающихся смол.²⁵

²⁵Классификация кальяна. URL: <http://allrefs.net/c12/455nt/> (дата обращения: 17.04.16).

2.4. Кальян и кальянные заведения в Санкт-Петербурге

Первая кальянная под названием "Мамуния" в Санкт-Петербурге открылась 13 лет назад, тогда еще мало кто о ней знал, т.к. она располагалась и располагается по сей день в закрытом дворе, без каких-либо обозначений и рекламы. Приходившие гости имели небольшое представление о кальянах и просили показывать, как правильно курить кальян. Можно считать, что именно с открытия этого заведения началась история кальянов в Санкт-Петербурге.

Постепенно люди стали овладевать техникой курения кальяна, а сарафанное радио быстро разносило слухи по городу о новом увлечении людей. Количество кальянных в культурной столице увеличилось, конкуренция росла. На тот момент "Мамуния" насчитывала уже не одно, а целых три однотипных заведений. Эта кальянная имела несомненные преимущества. Так как с арабского "Мамуния" переводится как "тихая гавань", то тематический интерьер был сделан так, чтобы, придя в это заведение клиент чувствовал уют и спокойствие, хорошая музыка помогала расслабиться, а запах качественно сделанного кальяна манил обычных посетителей стать постоянными клиентами.

Не удивительно, что на сегодняшний день кальян можно заказать в большинстве ресторанов, ведь его популярность растет с каждым днем, особенно в кругах современной молодежи. Курение кальяна стало модным движением, многие некурящие люди не могут отказать себе в удовольствии насладиться ароматом табака, сидя в приятной компании.

Стоимость кальяна в Санкт-Петербурге варьируется от 350 до тысячи рублей. Цены зависят от наполнения (вода, молоко или алкогольные напитки) и сорта табака (вкуса и качества).²⁶

²⁶ Все о курении. URL: <http://kurinekuri.ru/kalian/istoriya-vozniknoveniya-kalyana.html> (дата обращения: 16.04.16).

Сейчас в Санкт-Петербурге насчитывается 792 официально зарегистрированных кальянных. Все чаще стали появляться закрытые клубы любителей кальянов. В просторных помещениях по всему городу профессиональные кальянщики забивают в чаши Khalil Mamoon-ов всевозможные табаки: от популярных Al Fakher, Nakhla и Starbuzz до более диковинных, таких как Tangiers. Под франшизой «Уникальные кальянные» в разных городах России открылось больше 20 закрытых клубов. Попасть в них можно только заранее позвонив по телефону владельца или работника конкретной кальянной, он назовет адрес, забронирует вам место и объяснит, как добраться.

Одной из самых популярных в Петербурге считается «13 этаж», она представляет собой трех комнатную квартиру недалеко от станции метро «Купчино». Отдохнуть посетителям предлагают в чил-ауте с приглушенным светом и мягкими подушками, в игровой комнате с Xbox, в просторной гостиной, где чаще всего играют в настольные игры, или на закрытой лоджии с панорамным видом на город. «В основном к нам приходят отдохнуть, расслабиться, покурить кальян. Гости могут захватить с собой закуски и выпивку, но мы не приветствуем пьянки. На 13 этаже всегда царит дружелюбная атмосфера, не стоит ее нарушать чрезмерным употреблением алкоголя», — рассказал один из основателей кальянной на «13 этаже» Руслан Бабкин. В таких закрытых клубах нет фиксированной цены на кальяны, посетители оставляют пожертвования в любом размере. Как утверждают владельцы, в их «Уникальных кальянных» всегда много гостей, каждые выходные квартиры заполняются битком.

Первое крупное событие в области кальянной индустрии в России состоялось 6 февраля 2016 года, продемонстрировавшее развитие, размах и процветание кальянной культуры в СНГ. Мероприятие проходило в выставочном центре «Гарден Сити», где собрались более полутора тысяч фирм участников и гостей, объединенные общими интересами и занятиями, а именно любовью к кальяну.

Под одной крышей собралось более сотни представителей различных кальянных России и зарубежья, лучшие магазины курительных смесей и кальянные мастера, более 10 часов провели, куря и дегустируя представленную продукцию. Гости собрались из Китая, Иордании, США, Индии, Германии, Арабских Эмиратов и Египта. Спонсорами выступали известные всем бренды Haze, Magix, Afzal, Pharaon, Point Art, которые организовали невероятное шоу в Санкт-Петербурге на этой новой международной площадке. Она была разделена на множество зон, которые стали выставочными точками, где выставляли свою продукцию производители кальянных брендов.

У всех посетителей, включая как участников рынка и профессионалов, так и просто любителей кальянов, была возможность продегустировать различные сорта табаков от ведущих мировых брендов, приобрести их по ценам производителей, узнать о новейшем мировом опыте индустрии и принять участие в запланированных мероприятиях.

Состоялась демонстрация произведений кальянного искусства, где можно было увидеть самые изящные образцы кальянов со всего мира.

Самым запоминающимся событием этого мероприятия стала заранее анонсированная Hookah Battle CIS: «Кальянная битва», целью которой являлось определение лучшего кальянщика мира. Профессионалы показали свои удивительные навыки управления дымом и аксессуарами для кальяна.

Позднее 4-5 марта 2017 года в Санкт-Петербурге второй раз прошла самая большая профессиональная кальянная выставка России под названием «НООКАН CLUB SHOW». Мероприятие проходило на престижной выставочной площадке ЛенЭкспо. Было представлено более 130 самых популярных брендов кальянной отрасли России, Украины, Белоруссии, Казахстана, США, Сербии, Индии, Сирии, Египта, Китая, Иордании и Индонезии. Во время прохождения данного мероприятия были доступны для курения более четырехсот кальянов. На протяжении десяти часов проходили

мастер-классы и семинары на актуальные кальянные темы, которые проводили известные блогеры и популярные деятели кальянной культуры России.

Выставка «HOOKAH CLUB SHOW» имела мировой масштаб, она призывала объединиться профессионалов данной отрасли, знаменитых деятелей индустрии, самых продвинутых кальянных мастеров и простых ценителей кальянной культуры. Данное мероприятие дало большой толчок развитию современному течению кальянокурения.

ГЛАВА 3. СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ: ИЗУЧЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ ПРАКТИК КУРЕНИЯ КАЛЬЯНА И КАЛЬЯННЫХ ЗАВЕДЕНИЙ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

3.1. Результаты эмпирического исследования «Изучение потребления кальяна в приватных кальянных заведениях»

В эмпирической части объектом исследования являются потребители кальянной продукции в Санкт-Петербурге. Предметом выступают мотивы посещения приватных, скрытых кальянных заведений. Выборка ограничена Санкт-Петербургом, опрос мог пройти любой ценитель кальянной индустрии, хоть раз посетивший приватное кальянное заведение.

Основной акцент данного исследования делается не столько на экономическую составляющую, сколько на социальный аспект. Во время исследования были использованы такие методы как: 1) анкетирование, 2) изучение сайтов кальянных заведений, 3) фокус-группа.

Анкетирование. Настоящее исследование проводилось с целью определить, действительно ли кальянная продукция является средством демонстративного потребления и способом поддержания высокого социального статуса. Согласно гипотезе, демонстративное потребление возникает в связи со сложностью попадания в приватные (теневые) кальянные заведения. Под демонстративным потреблением понимается такое потребление, основным мотивом которого является демонстрация своего высокого социального положения. Что касается приватных (теневых) кальянных заведений, то тут речь идет о закрытых кальянных клубах с ограниченным доступом. В такие заведения можно попасть, лишь заранее позвонив по телефону владельца или работника конкретной кальянной. Так же, такие заведения скрываются от органов государственного регулирования, направлены на сокрытие истинного уровня доходов и уклоняются от уплаты налогов.

С марта по апрель 2017 года было проведено социологическое исследование, которое заключалось в интернет-опросе потребителей кальянной продукции города Санкт-Петербург. Главной задачей данного исследования было выявить портрет кальянокурильщика, понять причину, по которой они готовы бороться с трудностями попадания в приватные заведения, и доказать, что курение кальяна действительно может демонстрировать высокий статус человека. Выборка составила 535 человек, которые увлекаются культурой кальянокурения, состоят в кальянных сообществах и посещают кальянные заведения. Так как опрос проводился в кругу знающих людей, то проблем с терминологией и пониманием цели исследования не возникло. Все респонденты точно понимают, что представляет собой приватное кальянное заведение и какой смысл был вложен в рамках данного исследования, так как посещение таких теневых клубов является их стилем и образом жизни.

Опрос состоял из семнадцати вопросов (см. приложение №1), где первый блок включал в себя четыре вопроса, направленных на составление портрета кальянокурильщика. Целью этих четырех вопросов было определить возраст, пол, уровень образования и дохода потребителя кальянной продукции. Таким образом, было выявлено, что в основном кальян курят мужчины (87,9%) в возрасте от 22 до 26 лет (рисунок 3) с высшим образованием (39,4%).

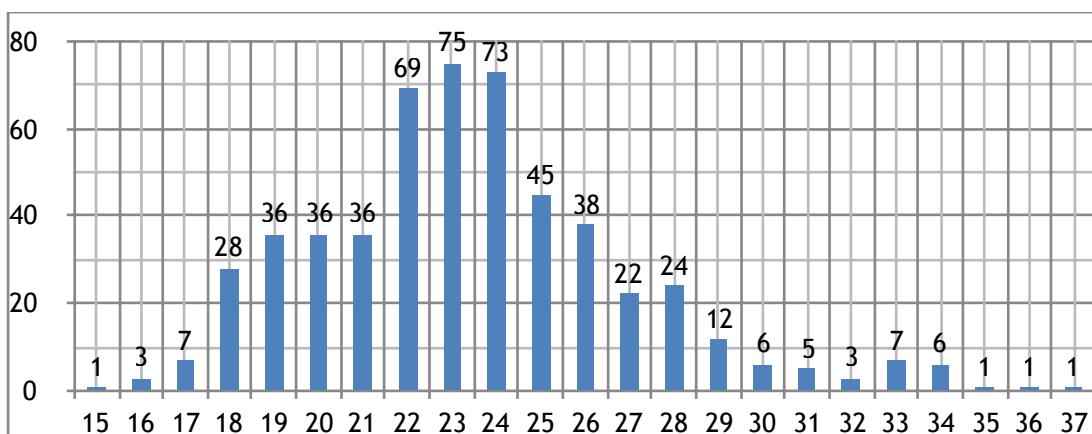


Рисунок 3 – Укажите Ваш возраст

На вопрос об оценке уровня дохода было представлено четыре варианта ответа: «ни в чем себя не ограничиваю», «изредка ограничиваю», «часто себя ограничиваю», «постоянно себя ограничиваю». Большинство (59,3%) изредка себя ограничивают и 7,1% не ограничивают себя ни в чем, что говорит о достаточно высоком уровне дохода респондентов (рисунок 4).

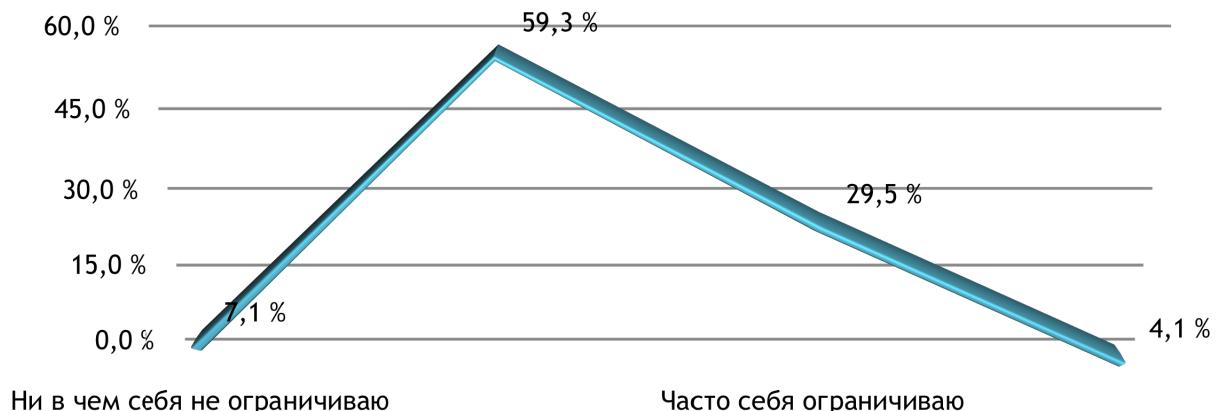


Рисунок 4 – Как Вы оцениваете уровень Вашего дохода?

Второй блок вопросов состоял из тринадцати вопросов, которые касались практик курения кальяна и посещения кальянных заведений.

Первый вопрос в этом блоке был направлен на выяснение причины, по которой респонденты начали курить кальян. Как видно на рисунке 5, большинству респондентов (64,4%) было просто интересно попробовать, для 67% опрошенных кальян является средством расслабления и снятия напряжения. Так же 116 респондентов, что составляет 21,8% опрошенных, ответили, что им нравится проводить время в кальянных заведениях. Можно сделать вывод, что 116 респондентов курит кальян, только потому, что им нравится проводить время в особой атмосфере кальянных.

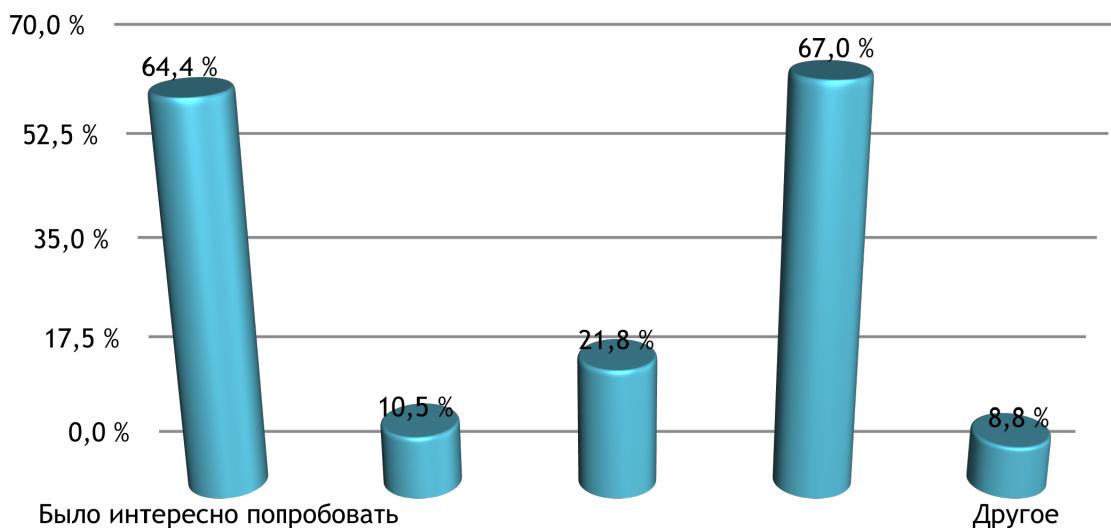


Рисунок 5 – С какой целью Вы начали курить кальян?

Далее было выяснено, что 91,4% одобрительно относятся к кальянокурению. Из них 57,7% относятся к курению кальяна положительно и 33,8% скорее положительно, чем отрицательно.

Целью третьего вопроса в данном блоке стала оценка частоты посещения кальянных клубов. Для 59,4% респондентов посещение кальянных заведений является обычной практикой и стилем жизни. Из них 15,6% ходят в приватные клубы каждый день, 31% посещает такие заведения 2-3 раза в неделю и 12,8% заходят в кальянные один раз в неделю. 19,2% опрошенных заходят в кальянные места 2-3 раза в месяц. Так же был возможен выбор ответа «другое», представителями которого стали 21,4% респондентов. Это те люди, которые уже набрались достаточно опыта приготовления кальяна, поэтому им не составляет труда курить кальян у себя дома и посещать кальянные заведения реже 2 раз в месяц (рисунок 6).

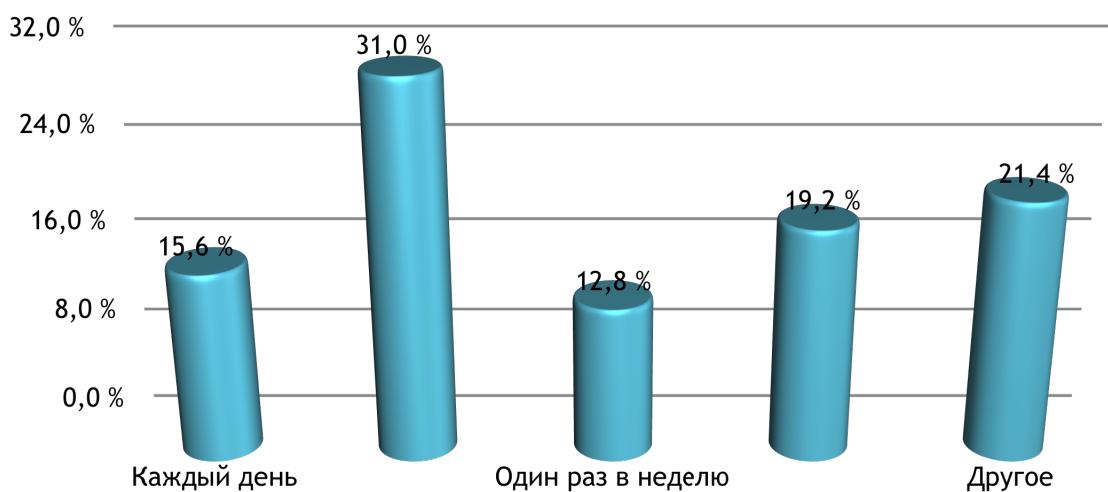


Рисунок 6 – Как часто Вы посещаете кальянные заведения?

Как показывает таблица 1, мужчины с невысоким достатком (32,6,8%) посещают кальянные заведения один раз в неделю или чаще (16,8%), что говорит о том, что стремление расслабиться и провести время в обществе ценителей кальяна они ставят выше своих финансовых возможностей.

Таблица 1. Соотношение частоты посещения кальянных заведений с уровнем дохода мужчин и женщин

| | Каждый день | | 2-3 раза в неделю | | Один раз в неделю | | 2-3 раза в месяц | | Другое | |
|------------------------------|-------------|------|-------------------|----|-------------------|----|------------------|----|--------|------|
| | М | Ж | М | Ж | М | Ж | М | Ж | М | Ж |
| Ни в чем себя не ограничиваю | 2% | 0% | 4% | 0% | 0% | 0% | 1,1% | 0% | 0% | 0% |
| Изредка ограничиваю | 5,9% | 1,9% | 15% | 2% | 8,8% | 3% | 7,5% | 2% | 11% | 2,2% |
| Часто себя ограничиваю | 4% | 0% | 8,9% | 0% | 1% | 0% | 8,6% | 0% | 6% | 1% |
| Постоянно себя ограничиваю | 1,8% | 0% | 1,1% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 1,2% | 0% |

В следующем вопросе основной задачей стало понять, кальянным какого типа респондентам отдают свое предпочтение. Были предложено три категории кальянных заведений, а именно: популярное (модное) заведение, приватное кальянное заведение и обычное кальянное заведение, доступ в которое не ограничен. Так же был предложен вариант «другое», который подразумевал под собой курение дома. Абсолютным лидером стало приватное кальянное заведение, которое выбрало 41,1% опрошенных (рисунок 7). Так же было выяснено, что в таких заведениях респонденты предпочитают курить кальян в компании друзей (91%).

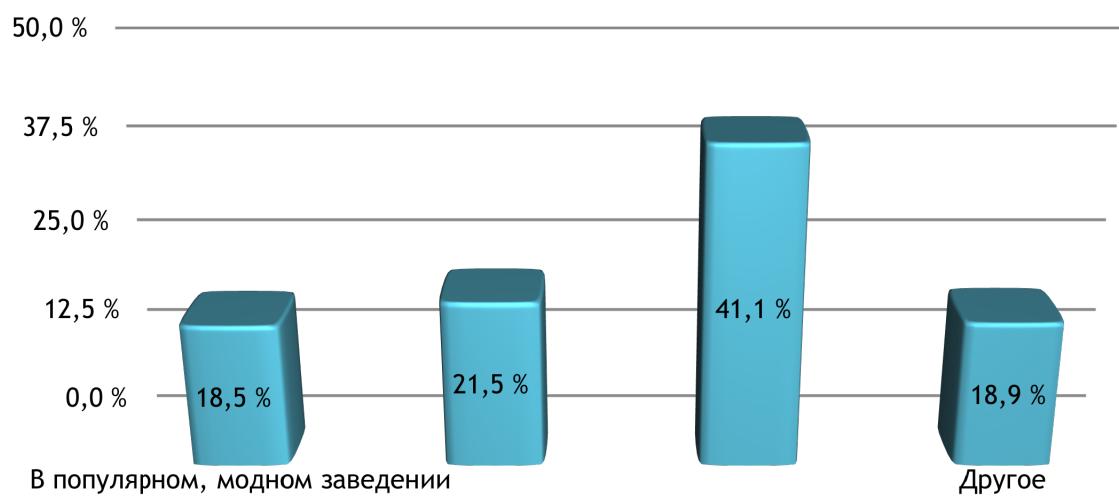


Рисунок 7 – Вы предпочитаете курить кальян

Шестой вопрос во втором блоке был посвящен распространению кальянной тематики в интернете и направлен на оценку демонстративности кальянокурения. На вопрос: «Как часто Вы сталкиваетесь с фотографиями в социальных сетях, на которых изображен кальян?» – 271 респондент, что составляет 50,7% опрошенных, ответил что сталкивается с фотографиями такого рода постоянно, а 254 респондента, что составляет 47,5% опрошенных сталкиваются изредка. Возможно, это связано с тем, что они не являются активными пользователями интернет ресурсов, так как все опрошенные респонденты состоят в кальянных сообществах, в которых ежедневно выкладываются более тридцати фотографий, с изображением кальянной продукции. И только десять человек (1,9%) никогда не сталкивались с

фотографиями такого рода. Из данных результатов, можно сделать вывод, что огромное количество людей ежедневно выкладывают фотографии с кальяном, что говорит о желании продемонстрировать окружающим принадлежность к обществу, имеющих доступ к кальянной продукции.

Продолжая оценивать демонстративность кальянокурения, был задан следующий вопрос: «Стоимость кальяна в Санкт-Петербурге варьируется от 350 до 850 рублей. Готовы ли Вы платить больше за оригинально оформленный и приготовленный кальян?». Выяснилось, что 31,9% готовы платить больше средней стоимости, 36% респондентов скорее готовы, чем нет, остальные же склоняются к отрицательному ответу (или затрудняются ответить (5%) (рисунок 8). Эти данные говорят, о большом количестве людей, которые готовы переплачивать за дизайнерские кальяны. Так как основным средством демонстрации статуса является высокая цена демонстративно потребляемых вещей, то смело можно утверждать, что потребление дорогих оригинальных кальянов является демонстрацией высокого статуса. Этот вывод был подтвержден восьмым вопросом второго блока, который звучит так: «Считаете ли Вы что посещение дорогого кальянного заведения отражает Ваш статус?». 58,1% респондентов ответили «да», т.е. они действительно считают, что посещение дорогой кальянной демонстрирует их высокий статус. 10,3% ответили «скорее да, чем нет», 25,4% склоняются к отрицательному ответу и выбрали вариант «скорее нет, чем да» и только 4,5% не считают, что поход в дорогое заведение отражает их статус. Затрудняются с ответом 1,7% опрошенных. Эти данные наглядно демонстрируют и подтверждают гипотезу о том, что люди ходят в приватные кальянные заведения для демонстрации своего высокого социального положения.

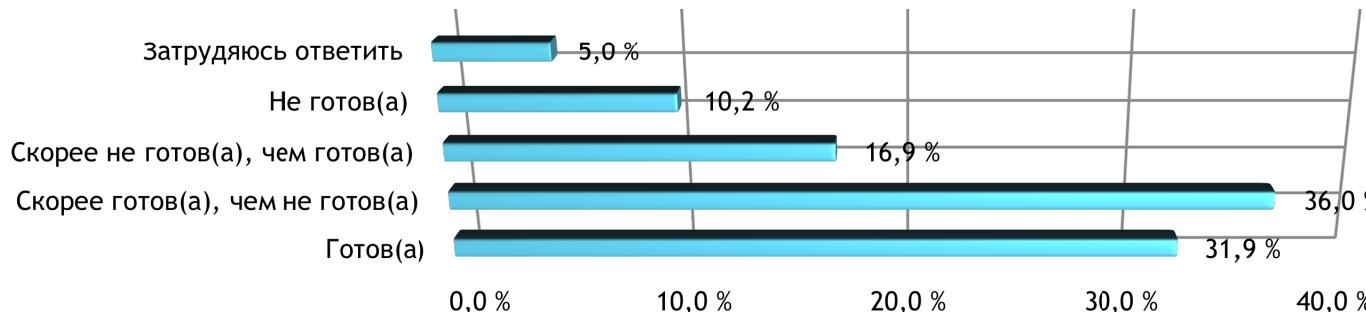


Рисунок 8 – Готовы ли Вы платить больше за оригинально оформлененный кальян?

Последующие вопросы были направлены на выявление самых популярных приватных кальянных города Санкт-Петербурга и выяснении причин, по которым респонденты посещают эти места. Подробнее об этом будет описано в далее идущем параграфе.

Подводя итоги исследования можно сделать несколько выводов. В ходе исследования было выявлено, что основным потребителем кальянной продукции и посетителем приватных кальянных заведений являются мужчины с высшим образованием и высоким уровнем дохода от 22 до 26 лет. Из ответов респондентов можно сделать вывод, что, в основном, желание попробовать кальян было вызвано интересом и возможностью расслабиться и снять стресс. Так же респондентам нравится проводить время в кальянных заведениях. Практически все респонденты положительно относятся к кальянокурению, и для большинства это стало стилем жизни, поскольку многие посещают приватные клубы каждый день. Кроме того, была выявлена интересная тенденция, что хорошо разбирающиеся в приготовлении кальяна люди курят кальян у себя дома, но процент каких людей пока не велик. Свое предпочтение респонденты отдают приватным кальянным заведениям и объясняют это тем, что посещения такого типа кальянных демонстрирует их высокий статус. Так же довольно часто респонденты сталкиваются в социальных сетях с фотографиями, на которых присутствует кальянная тематика, что еще раз подтверждает желание людей демонстрировать себя как часть кальянной культуры. Респонденты готовы платить больше за

оригинально оформленный и приготовленный кальян, так как высокая цена демонстративно потребляемых вещей повышает статусность респондентов в глазах окружающих.

3.2 Мотивы посещения приватных кальянных заведений (на примере заведений «Аура» и «Hookah place»).

Данный раздел ставит перед собой задачу: понять, почему люди посещают приватные кальянные и по каким критериям они отдают свое предпочтение заведениям такого типа. В ходе анкетного опроса, было выявлено две скрытых, приватных кальянных, в которые респонденты ходят чаще всего, а именно кальянное заведение «Hookah place» (115 человек из 535 опрошенных) и «Аура» (89 человек из 535 опрошенных).

Обратимся к сайту кальянной «Hookah place». На главной странице сайта мы видим, что всего в нашем городе открыто четыре кальянных заведения под франшизой «Hookah place», здесь же сразу представлены карты и схемы прохода в эти заведения, так все они располагаются в неприметных местах подвального типа. Попасть в данное заведение можно лишь по клубной карте или заранее, зарегистрировав свою личность. Сверху присутствует несколько разделов, а именно: TV, новости, обратная связь, франчайзинг и обучение. Так же можно перейти по ссылкам на социальные сети, где представлено большое количество фотографий и ведутся обсуждения между посетителями данного заведения. В разделе «TV», представлены различные клипы, которые помогают проникнуться атмосферой данного кальянного заведения и как бы зазывают стать частью данного сообщества. Атмосфера в этом месте очень загадочная: приглушенный свет, неоновые надписи и много свечей. Так же в этом разделе представлено видео интервью журналиста с кальянщиком Родионом, который работал в десятках кальянных по всему миру. Журналистом был задан вопрос: «Какие у тебя первые впечатления по работе и гостям в Hookah place?». Был дан ответ, что гости Родиону очень нравятся, они уже состоялись как личности, с ними интересно вести диалог и что уже сформировался определенный контингент постоянных посетителей кальянного клуба. В разделе франчайзинга, представлена информация, о том, что кальянная Hookah place – является самой большой сетью кальянных. Первая кальянная

Hookah place была открыта в 2013 году в Москве. Место очень быстро приобрело популярность среди ценителей кальянной культуры. Основная концепция данного заведения заключается в том, что рабочее место кальянщика находится не в отдельном помещении, а в основном зале рядом с посетителями. Это положило начало коммуникации между кальянщиком и гостями, создавая особую атмосферу. На сегодняшний день Hookah place насчитывает более 130 заведений по всему миру. Логотип этой кальянной является одним из самых узнаваемых на мировом кальянном рынке. В 2015 году был запущен видео блог, в котором команда кальянной делится своим опытом и мнением. В разделе «обучение» можно записаться на уроки кальянных мастеров и научиться качественно, быстро и интересно готовить кальян.

Что касается кальянной «Аура», то это заведение является единственным в своем роде и знает о нем далеко не каждый. Информацию об этом заведении можно найти в таких социальных сетях, как: Вконтакте, Instagram и Swarm. В этих сообществах кальянная ведет свой блог и общается с клиентами. Так же там можно найти точную схему прохода в этот клуб, так как оно является заведением подвального типа, без какой-либо вывески и обозначений. Кальянная «Аура» работает с 2014 года и за этот короткий период уже успела стать постоянной точкой сбора ценителей кальянной культуры. В социальных сетях так же представлены новости и анонсы кальянного заведения, чтобы гости успели заранее позвонить и забронировать стол, ведь без предварительного звонка, попасть в это заведение невозможно.

Во втором блоке анкетного опроса было задано 5 вопросов (смотри приложение №1 вопросы № 13,14,15,16,17) с целью определить какие заведения респонденты посещают чаще всего и что становится мотивом для проведения времени в кальянных заведениях. В результате вопроса: «Какие кальянные заведения Вы посещаете чаще всего?», было выявлено две кальянных, о которых рассказывается выше. Целью следующего вопроса

стало определить по каким критериям респонденты выбрали указанное заведение. Стоить заметить, что в этом вопросе учитывались ответы только тех людей, которые выбрали заведение «Аура» или «Hookah place».

Что касается кальянного заведения «Аура», то выбравшие его 89 респондентов ходят в это место из-за качественного кальяна (34%), тематического интерьера и располагающей обстановки (29,9%). 17,7% посещают эту кальянную, так как туда ходят их друзья и знакомые, а 8,8% респондентов говорят о популярности кальянной. Так же 7,6% опрошенных считают, что в этом приватном заведении правильное соотношение цены и качества и только двум процентам месторасположение этого клуба кажется удобным, что очевидно, ведь данное заведение очень тяжело найти (рисунок 9).

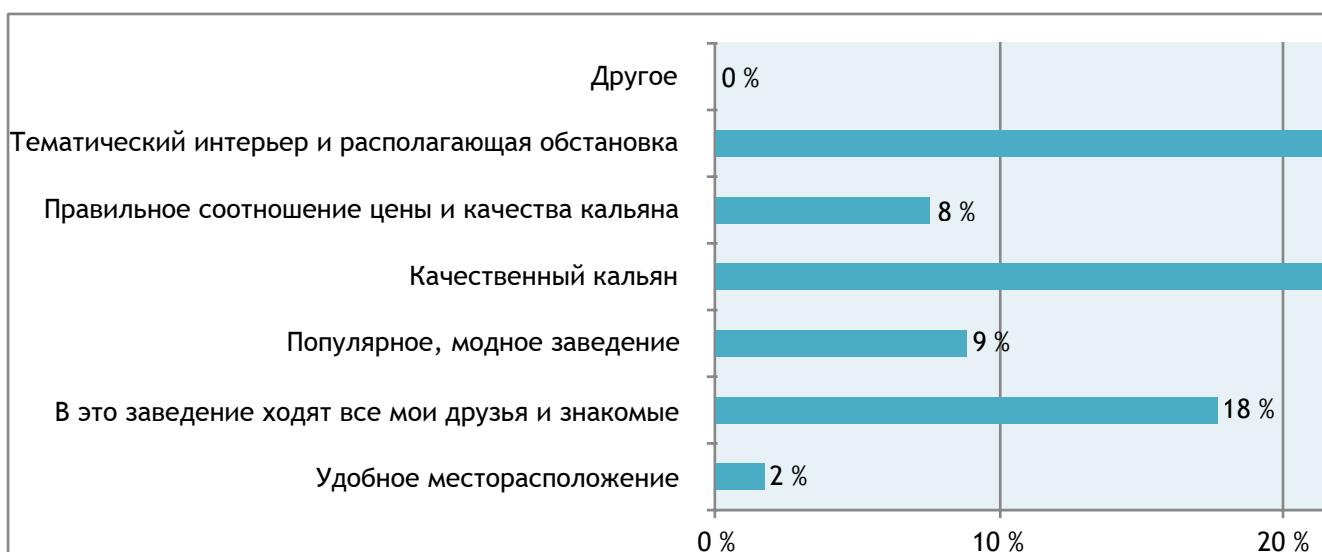


Рисунок 9 – По каким критериям Вы выбрали кальянное заведение «Аура»

В кальянную «Hookah place» ходят 115 из 535 респондентов. Из ниже представленной диаграммы (рисунок 10), видно, что критерии, по которым респонденты посещают кальянную «Hookah place» идентичны критериям, по которым кальянокурильщики предпочитают ходить в клуб «Аура». Что говорит, о том, что основными критериями, по которым респонденты ходят в

приватные заведения является качество кальяна, тематический интерьер и расслабляющая обстановка.



Рисунок 10 – По каким критериям Вы выбрали кальянное заведение «Hookah place»

Следующий вопрос касался распространения информации. По ответам респондентов стало очевидно, что в кальянной сфере работает эффект «сарафанного радио», т.к. 78,9% опрошенных (рисунок 11) делятся со своими друзьями, коллегами или знакомыми о найденном ими заведении, которое отвечает выше выявленным критериям приватного заведения.

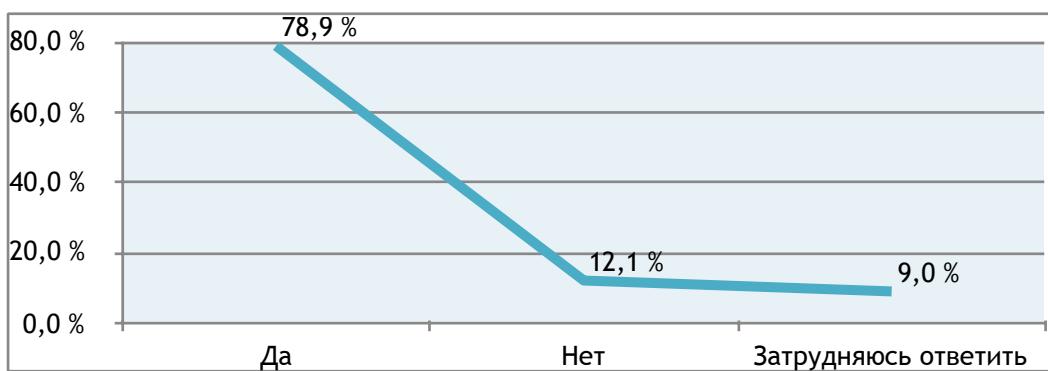


Рисунок 11 – Делитесь ли Вы со своими друзьями, коллегами или знакомыми о найденном Вами заведении

Следующей задачей стало определение того, что именно привлекает респондентов в кальянных заведениях «Аура» и «Hookah place». Было предложено пять вариантов ответа: особая атмосфера, уникальность заведения, ограниченное число посетителей, возможность стать частью закрытого сообщества и вариант «другое». Посетителей кальянной «Аура» больше всего привлекает ограниченное число посетителей (38,4%) и особая атмосфера (41,6%). Гости кальянной «Hookah place» так же особое внимание уделяют атмосфере заведения, но ограниченное число посетителей (24,9%) и уникальность данного заведения (24,3%) так же для них важны. Таким образом, можно сделать вывод, что гостей приватных кальянных заведений в первую очередь заинтересовывает особая атмосфера. Ограниченный доступ в эти заведения не останавливает, а наоборот привлекает посетителей.

Последний вопрос был ориентирован на сами кальяны, которые предлагают теневые кальянные заведения. Т.к. в таких заведениях кальяны порядком дороже, чем в заведениях «проходного» типа, целью стало выяснить по какой причине респонденты готовы переплачивать за кальян в приватных заведениях. Всем респондентам был задан вопрос: «Какие по Вашему критерии являются наиболее важными для кальяна?». Для большинства посещающих кальянную «Аура» (31,2%) самым важным критерием является эксклюзивность, на втором месте качество курения (26,4%) и на третьем престижность кальяна (20%). Только для 7,8% важна доступная цена (рисунок 12). Такой маленький процент связан с тем, что в теневые кальянные заведения ходят люди с достаточно высоким уровнем дохода и для них важна не столько стоимость кальяна, сколько его эксклюзивность. Критерий необычного внешнего вида интересует 14,6% опрошенных респондентов, что говорит о том, что эксклюзивный кальян не обязательно должен выглядеть вычурно.

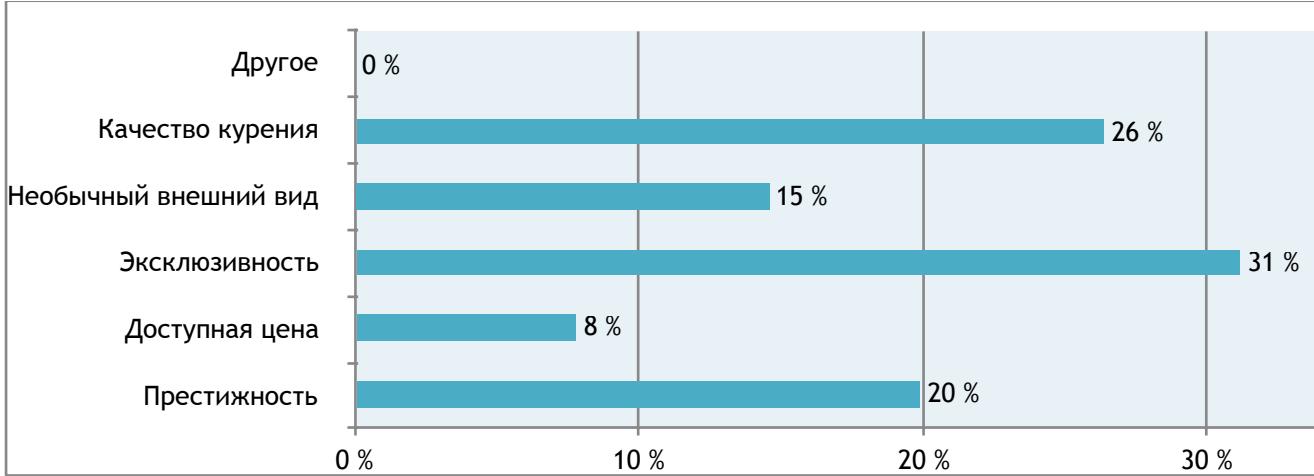


Рисунок 12 – Наиболее важные критерии для кальяна в кальянном заведении «Аура»

Для посетителей кальянного заведения «Hookah place» основными критериями кальяна, за которые они готовы переплачивать, является престижность (33%) и качество курения (28,7%) (рисунок 13).

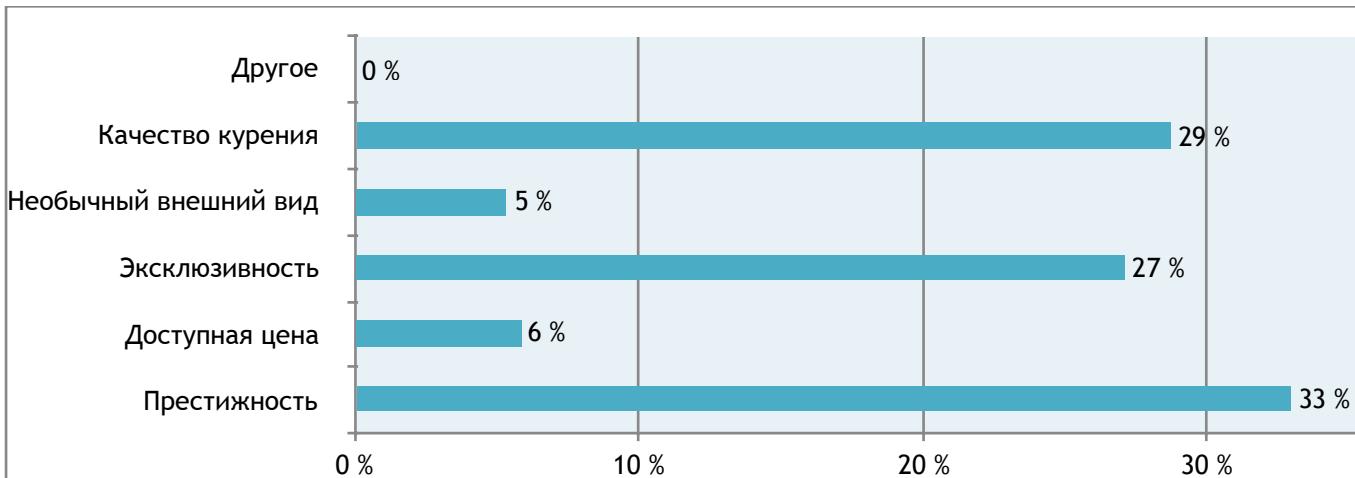


Рисунок 13 – Наиболее важные критерии для кальяна в кальянном заведении «Hookah place»

Таким образом, можно сделать вывод о том, что основными мотивами посещения приватных кальянных заведений является возможность расслабиться, чему способствует соответствующая атмосфера и интерьер. Так же респонденты ходят в кальянные заведения приватного типа, чтобы насладиться качественным кальяном. При этом завышенная цена на него

респондентов не смущает. Потребители готовы платить за эксклюзивность и престижность кальяна. Более того, было выяснено, что ценителей кальянной культуры не останавливает, а привлекает сложность доступа с такие заведения и привлекает ограниченное число посетителей. Гости кальянной «Hookah place» объясняют это- их желанием становиться частью кальянной культуры. Слухи о таких приватных кальянных разносятся путем «сарафанного радио», ведь в кальянной сфере все доверяют и прислушиваются к мнениям друг друга.

3.3 Метод фокус-группы в исследовании потребления кальянной продукции

Третий метод, примененный во время данного исследования – это фокус-группа. Анкетный опрос показал, что основным потребителем кальяна являются мужчины от 22 до 26 лет, поэтому данная фокус-группа была максимально приближена к данным параметрам и ее участниками стали пять потребителей кальянной продукции мужского пола. Обсуждение длилось на протяжении одного часа. Фокус-группа была создана для того, чтобы участники, видя, как другие выражают свое мнение, тоже раскрывались и давали более детальную информацию о кальянных заведениях. Так же важна была возможность проследить эмоциональный отклик, который появляется у потребителя по отношению к кальяну. Одной из целей проведения данной фокус-группы стало проникновение модератора в закрытое общество ценителей кальянной культуры и выяснение реальных мотивов посещения приватных кальянных клубов. Данное мероприятие было проведено непосредственно в приватном кальянном заведении, чтобы респонденты чувствовали себя в «своей тарелке». Для проведения фокус-группы была выделена отдельная кальянная кабинка, чтобы во время обсуждения модератор и опрашиваемые могли видеть лишь друг друга и наличие других посетителей не приносило дискомфорта. Для большего расположения к модератору, во время проведения фокус группы респондентам был предложен кальян, чему они были несомненно рады.

Обсуждение началось со знакомства респондентов с модератором и друг другом. Были объяснены основные правила проведения фокус-группы, заданы организационные вопросы и когда все были готовы приступить модератор перешел к первому блоку вопросов, который касался отношения к кальянокурению. Этот вопрос вызвал положительные эмоции, так как все респонденты являются представителями кальянной культуры и конечно же имеют одобрильное отношение к кальяну: *«Мое отношение к кальянокурению резко положительное, т.к. я считаю, что кальян позволяет*

*расслабиться и отойти от повседневной жизни. Когда ты куришь кальян ты проникаешь в глубину своего сознания и начинаешь думать о высшем назначении.». Далее модератора заинтересовал вопрос, с какого возраста и почему респонденты начали курить кальян, что побудило их к этому? В основном, все опрашиваемые начали курить кальян в 16 лет, что касается мотивов, которые положили начало кальянокурению, то тут мнения разделились. Для одних основным желанием покурить кальян было одобрение их друзей : «*Мне было лет 15 и друзья говорили: «Да попробуй, тебя не втянет, это все ерунда», и все на всю жизнь, не могу жить без кальяна.*», для других кальян является средством расслабления : «*Кальян – это как одна из разновидностей отдыха, расслабления и ее нужно впускать в свою жизнь.*». Так же все опрашиваемые сделали акцент на том, что данный вид отдыха является незаконным, но их это не останавливает. Далее прозвучал вопрос о том, что на сегодняшний день побуждает респондентов курить кальян и какие при этом эмоции они испытывают.*

Тут были подтверждены ответы на предыдущий вопрос и сделан вывод, что кальян является средством расслабления и поводом встретиться с друзьями, при этом они испытывают исключительно «резко положительные» эмоции. Большинство из опрошенных не считают курение кальяна своей зависимостью, но говорят: «*Я как и любой зависящий от какого-либо предмета человек, говорю, что у меня нет зависимости, но курю я кальян достаточно часто, могу раз в день, могу даже два раза в день покурить кальян, но не считаю, что у меня есть зависимость. Это повод больше расслабиться и получить удовольствие от насыщенного вкуса и обстановки кальянного заведения.*». Трое из респондентов курят кальян каждый день, остальные двое присоединяются к данному мероприятию, если их позовут друзья, что демонстрирует эффект присоединения к большинству. Вопрос о важности наличия кальяна на вечеринках, пикниках и выездах на природу вызвал бурю положительных эмоций: «*Я считаю, что любой выезд на природу должен сопровождаться кальянным мероприятием. Кальян*

*побуждает к общению и передавая эту трубку мира ты начинаешь рассуждать о жизни.». В ходе обсуждения был выявлен интересный факт о том, что куря кальян и передавая «трубку мира» происходит сближение людей и повышается уровень доверия. Один из респондентов привел очень интересное сравнение: «*Кальян как точка сбора. Если все расходятся, то можно зажечь кальян и все будут сходиться, как мухи на торт!*», что еще раз ярко демонстрирует эффект присоединения к большинству. Только один из респондентов, считает, что кальян не является незаменимым атрибутом для вечеринок и выездов на природу, он говорит о том, что кальян является чем-то локальным и предпочитает курить кальян «*при какой-то небольшой компании, которая любит или специально собралась, чтобы покурить кальян.*» везти кальян куда-то далеко респондент считает бессмысленным. И все-таки, можно сделать вывод о том, что кальян для большинства действительно является незаменимым атрибутом при встрече с друзьями, они готовы тратить свои силы и везти его на любое расстояние, только чтобы покурить его со своими друзьями. Основными ассоциациями, возникающими у респондентов относительно кальяна являются: разговоры, приятная компания, дым «*чем больше, тем лучше*», расслабление и «*сбор единомышленников*». Что подчеркивает наличие отдельного слоя общества, являющимися представителями кальянной культуры.*

Следующий блок вопросов касался непосредственно самих кальянных заведений. Первым был задан вопрос о том, как часто респонденты посещают кальянные заведения и что побуждает их в них ходить. Большинство респондентов ходят в кальянные заведения практически каждый день, а побуждает их туда ходить «*скорее всего пообщаться со знакомыми либо завести какие-то новые знакомства ну и расслабиться естественно*». Так же было выяснено, что один из респондентов не доверяет навыкам кальянщиков и курит кальян исключительно дома, в кальянные же он ходит из-за особой располагающей атмосферы. Только иногда, когда собирается большое количество друзей и знакомых, он позволяет себе

выкуриить кальян в кальянном заведении, что говорит о желании не отставать от других и не выделяться в компании. Большинство респондентов предпочитают ходить в приватные кальянные заведения и объясняют это наличием особой атмосферы: «*Атмосфера сама вот эта: полумрак, загадочность. Меня это очень привлекает.*»; «*Заведения закрытого типа я предпочитаю, т.к. я считаю, что атмосфера вот этого восточного кальянокурения присутствует больше в таких заведениях, нежели в ресторанах.*».

Далее был задан вопрос с целью определить наличие у респондентов собственного кальяна и его ценовую категорию. У трех из пяти респондентов есть свой личный кальян, цена которых варьируется от 6 до 15 тысяч рублей, что говорит об отдаче предпочтения более престижным маркам. Все оценивают свой уровень мастерства приготовления кальяна, как выше среднего и даже профессионального. Далее последовала вопрос, о том, выкладывали ли респонденты фотографии с кальяном в социальные сети, на который был получен положительный ответ. Тогда модератора заинтересовала цель выкладывания фотографий в социальные сети, на что были даны следующие ответы: «*ну просто обозначить, что я побывал в кальянной с друзьями и что я курил кальян*»; «*да, я выкладывал в социальные сети то ,что я курил кальян, непосредственно принимал в этом участие и я считаю, что это показывает некий статус*». И тут мы можем сделать вывод о том, что респонденты ходят в кальянные заведения и курят кальян, для того, чтобы продемонстрировать свой статус и причастность к кальянному сообществу окружающим их людям, при чем респонденты говорят о том, что «*чем больше людей увидят эти фотографии, тем лучше*».

Также в подтверждении теории о демонстративности кальянокурения послужил следующий вопрос, который заключался в выборе между обычным и дизайнерским кальяном. Респонденты отдают свое предпочтение дизайнерским кальянам и готовы за них переплачивать. Участники фокус-группы считают, что посещение приватного кальянного заведения способно

продемонстрировать их статус: «*то что ты можешь позволить себе сходить в кальянную престижную, потому что это стоит некоторую сумму, конечно же демонстрирует мой статус*»; «*дорогое кальянное заведение отражает твой статус и если ты в нем бываешь, то ты непосредственно связан с хорошим положением в обществе*». Далее респонденты рассказали о своих любимых приватных заведениях: «*Hookah place, мне понравилась обстановка, их ассортимент табаков широкий и персональное обслуживание, место абсолютно неприметное, находится она в подвале. Мен туда привели знакомые, так как вход там только по клубным картам.*»; «*Одно из самых лучших – Пуэр. Это кальянная закрытого типа, без вывески, на Некрасово находится. Вход тоже по звонку, там привлекает индивидуальное обслуживание, вкусный кальян.*».

То, что для попадания в эти заведения нужно заранее получать карточки или звонить и бронировать столы, респондентов никак не останавливает. Они объясняют это тем, что: «*Чем интереснее попасть в закрытое место например, нежели в открытое, так это то, что в открытое может пойти каждый и там к тебе будут относиться не как к своему человеку, а как будто ты просто гость. Непосредственно в закрытых заведениях ты приходишь и к тебе абсолютно другое отношение. Там всегда либо кальянщики, либо администраторы, либо менеджеры хотят с тобой познакомиться. Как бы отношение персонала к клиенту в закрытом заведении намного выше, нежели чем в обычных заведениях проходного типа.*». Что говорит о желании респондентов, стать частью кальянного сообщества. Самыми важными критериями, для приватного кальянного заведения, по мнению респондентов, являются: качество кальяна и обслуживания, а так же интересная и располагающая обстановка.

Респондентам было предложено 6 изображений кальянных заведений разного типа (см. приложение №4), из которых участники фокус-группы должны были выбрать те кальянные, куда бы они хотели сходить. Большинство голосов было отдано за кальянные на изображении № 1, 2 и 3.

Эти кальянные являются заведениями приватного, закрытого типа, с дорогим дизайном. Один из респондентов выбрал кальянную на изображении №4, объясняя свой выбор заинтересовавшим его интересным, модным дизайном. Ни одного из участников не заинтересовали изображения № 5 и 6, на которых изображены кальянные «проходного» типа.

Если бы респонденты открывали свои кальянные заведения, то они были бы обязательно приватного типа и там «*должно быть обязательно что-то нестандартное, потому что кальянных сейчас очень много, любые варианты и стили, начиная от подачи и заканчивая интерьером и персоналом*». Еще одним интересным решением, стало открытие кальянной, в которой будут платить за время проведенное в кальянной, а не за кальян отдельно. Так как кальян обычно приходят курить компанией, то выигрывать это заведение будет на количестве посетителей, а не на цене кальяна.

При завершении обсуждения, один из участников захотел высказаться. Он был обеспокоен тем, что кальянная индустрия является незаконной в нашей стране, но у многих людей есть большое желание развивать кальянную сферу и, по мнению респондента, нужно легализовать данную культуру: «*Например, сделать отдельные места для кальянокурения так же в ресторанах, возможно закрытой какой-то ширмой. Когда есть отдельное заведение, как кальянная, почему бы ее не разрешить, если людям это нравится и многие люди ищут именно хорошее кальянное заведение.*». Так же, он делает акцент на том, что теневой бизнес в наши дни только растет из-за того, что «*запретный плод сладок*» и что сейчас «*молодежи пошла такая тенденция, что покурить кальян и выложить в сеть – это считается каким-то выпендрежем, перед другими людьми, что мол я это сделал, а ты этого сделать не можешь*». Так же респондентом затрагивается культурный аспект, и он говорит о том, что: «*Существует новое молодое поколение, которое бывало в разных странах, например арабских, где кальянокурение является традицией, т.е. люди приходят покурить кальян не просто, чтобы расслабиться. Тем самым они чтят и уважают традиции своего народа.*

Мы живем в России, а Россия многогранная страна и очень много приезжают людей из восточной части нашего мира и естественно им тоже хочется погрузиться как-то в эту атмосферу хотя бы в кальянном заведении.». Модератор, поддерживая беседу, рассказал о том, что приготовление кальянов на фруктах является сугубо русской традицией, ведь на Востоке уважают только классический кальян, а кальян на фруктах делают только для русских туристов. На что кальянные знатоки согласились и сделали вывод, что для русских людей важнее красота, нежели традиции, потому что «русский народ простой и любит по-красивее».

В результате проведения фокус-группы с ценителями кальянной индустрии, модератору удалось проникнуть в закрытое общество ценителей кальянной культуры и выяснить реальные мотивы посещения приватных кальянных клубов. Кальян вызывает положительное отношение у респондентов, связано это прежде всего с тем, что он помогает расслабиться. Основным мотивом, побуждающим респондентов курить кальян стало желание покурить кальян с друзьями, т.е. эффект присоединения к большинству. Большинство из опрошенных курят кальян каждый день, но не признаются в своей зависимости, ссылаясь на то, что кальян является больше средством расслабления и получением наслаждения от хорошо проведенного времени в особой обстановке кальянного заведения. Так же респонденты считают, что кальян является важным атрибутом вечеринок, выездов на природу и сбора друзей, так как кальян побуждает к общению и передавая трубку, происходит сближение людей, повышается уровень доверия. Основной ассоциацией, которая возникает у участников при слове «кальян» выступает сбор единомышленников, что действительно подчеркивает наличие особой кальянной культуры. Был сделан вывод, что респонденты посещают кальянные заведения практически каждый день, что связано с желанием знакомства с новыми людьми, которые принадлежат к кальянному сообществу. Люди, которые предпочитают курить кальян дома, ходят в кальянные заведения из-за особой располагающей атмосферы, но когда

собирается большое количество друзей и знакомых, они не могут устоять перед тем, чтобы не выкурить кальян, что еще раз наглядно показывает эффект присоединения к большинству. Участники предпочитают закрытые приватные кальянные заведения, так как в таких заведениях больше присутствует атмосфера Востока, нежели в заведениях открытого типа. Так же респонденты отдают свое предпочтение более престижным кальянным маркам и готовы переплачивать за дизайнерские кальяны. Респонденты часто выкладывают фотографии с кальяном в социальные сети, для того чтобы продемонстрировать свой статус и причастность к кальянному сообществу. Все участники считают, что посещение приватного кальянного заведения способно демонстрировать их высокое положение в обществе, так как они являются дороже обычных кальянных заведений. Свое желание преодолеть трудности попадания в приватные кальянные респонденты объясняют особым отношением персонала, которое дает возможность почувствовать себя частью кальянного сообщества.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе работы, было выяснено, что в России параллельно легальной экономике, существует еще и теневая, которая на сегодняшний день набирает обороты и иногда даже превосходит по масштабам легальную. Проанализировав содержание явления теневой экономики, был сделан вывод, что под этим явлением подразумевается всякая экономическая деятельность, которая скрывается с целью уклонения от налогов или из-за ее противозаконного характера, именно сюда относятся кальянные заведения, так как данный вид экономической деятельности скрывается от органов государственного регулирования, направлены на сокрытие истинного уровня доходов и уклоняются от уплаты налогов. Такие экономические отношения, которые складываются в обществе вопреки законам и формальным правилам хозяйственной жизни и находятся вне рамок правового поля как ни странно привлекают людей и создают благоприятные условия для проявления демонстративного поведения.

Рассмотрев эффект присоединения к большинству, я сделала вывод, что на сегодняшний день он является достаточно актуальным, так как все происходящее вокруг нас является объяснением данного явления. Наиболее ярко этот эффект можно проследить в кальянной сфере, когда люди, ранее отрицательно относившиеся к любому виду курения, приходят к эффекту присоединения к большинству во время встреч друзей или коллег в кальянных. Человек готов переступить через свои принципы, отказаться от привычного поведения, для того чтобы не казаться хуже остальных. Под эффектом присоединения к большинству понимается такая величина, на которую возрастаёт индивидуальный спрос на товар, в следствии того, что расширяется рыночный спрос на него. Данный эффект отражает стремление людей не отставать от жизни и соответствовать тому социальному кругу, в котором они хотели бы вращаться.

Вторая глава показывает, что до сих пор ученым не удалось определить точное место происхождения кальяна. Точно утверждать можно только о том,

что кальян стали курить еще задолго до того, как люди начали вести свою осознанную историю. На современном этапе кальяны находятся в процессе постоянной модернизации, люди делают все, чтобы инструменты для курения кальяна стали наиболее практичными и долговечными.

В эмпирической части путем базовых экономико-социологических методов анализируется и подтверждается выдвинутая гипотеза. На основании проделанного исследования, было выяснено, что основным потребителем кальянной продукции являются мужчины с высшим образованием от 22 до 26 лет с высоким уровнем дохода, которые за счет кальянокурения пытаются продемонстрировать уровень своего статуса, а курение кальяна в свою очередь действительно является средством завоевания репутации. Основной причиной, по которой респонденты начали курить кальян стало одобрение их друзей. Хотя большинство из опрошенных курят кальян практически каждый день, зависимыми себя не считают, свой мотив курения респонденты объясняют желанием расслабиться. Так же был выявлен интересный факт о том, что куря кальян и передавая трубку своему собеседнику, повышается уровень доверия, происходит некое сближение. Так же кальян является неотъемлемой частью вечеринок и выездов на природу, так как именно этот атрибут можно назвать «точкой сбора», стоит начать курить одному человеку, как все остальные присоединяются, что демонстрирует эффект присоединения к большинству. Кальян имеет необычный внешний вид, престижен, имеет высокую стоимость и эксклюзивен, а значит товар становится пригодным для демонстративного потребления. Одним из результатов исследования стало выявление двух наиболее популярных приватных кальянных: «Aura» и «Hookah place». Изучив данные заведения, был сделан вывод, что в таких кальянных клубах формируется определенная группа постоянных посетителей, которых привлекает индивидуальный подход персонала к каждому из гостей. Так же большое внимание посетители уделяют качеству кальяна, тематическому интерьеру и располагающей обстановке. Для самого кальяна самым важным критерием становится его

эксклюзивность. Респонденты готовы преодолевать трудности попадания в приватные (теневые) заведения в связи с желанием стать частью кальянного сообщества. Попав в такие заведения, любители кальяна всячески пытаются продемонстрировать свою причастность к данному закрытому обществу, демонстрируя это в социальных сетях. Так же в таких заведениях их привлекает особая загадочная и располагающая атмосфера. Завышенная же стоимость кальяна, не настораживает, а только привлекает посетителей, что связано с тем, что они готовы платить больше, зная, что в глазах окружающих, они будут выглядеть статусней.

ЛИТЕРАТУРА И ИСТОЧНИКИ

1. Барсукова С. Ю. Неформальная экономика: экономико-социологический анализ. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2004.
2. Барсукова С.Ю. Сущность и функции домашней экономики, способы измерения домашнего труда. 2003.
3. Безденежных В. М. Учет особенностей формирования сетей собственности в ходе трансформации национальных экономик с целью предупреждения противозаконных и криминальных действий // Безопасность бизнеса, 2010, – N 2.
4. Бодрийяр Ж. Система вещей / Ж. Бодрийяр; пер. с фр. С. Зенкина. – М.: Домино, 1995.
5. Веблен Т. Теория праздного класса. Демонстративное потребление. Перевод С.Г.Сорокиной. Примечания Е.А.Кретова. Редактор О. Г. Радынова,1984.
6. Головнин С.Д. О классификации теневой экономики // Вестник Московского ун–та. 1992. №1.
7. Гофман А. Б. Мода и люди: Новая теория моды и модного поведения / А. Б. Гофман. – СПб, 2004.
8. Гоффман И. Представление себя другим в повседневной жизни / И. Гоффман. – М.: Инфра, 2000.
9. Ильин В.И. Поведение потребителей, 1998.
10. Казнин, Л. Н. Социальные проблемы молодежи / Л. Н. Казнин // Социология, 2005, – № 1.
11. Котов К. В. Легализация доходов как способ борьбы с теневой экономикой // Налоговая политика и практика, 2010, – N 6.

12. Красовский К. Основные факты про табак. Серия "Профилактика алкогольных, наркотических и табачных проблем". – Казань: Изд-во "Фолиант", 2009.
13. Кузнецова Т. Некоторые аспекты исследования неформальной экономики в России // Вопросы экономики, 1997. № 9.
14. Купрещенко Н.П Методология и методы экономической и правовой оценки теневой экономики / Н.П Купрещенко. – М.: Нобель Пресс, 2016.
15. Лейбенстайн Х. Эффект присоединения к большинству, эффект сноба и эффект Веблена в теории покупательского спроса, 1999.
16. Метода оценки масштабов теневой экономики // Теневая экономика: экономический и социальный аспекты. М.: ИНИОН, 1999. С. 67-91.
17. Нестерова Н. В. Влияние теневой экономики на развитие региона // Региональная экономика : теория и практика, 2010, –N 17.
18. Неформальная экономика как глобально–историческое явление // Теневая экономика: экономический и социальный аспекты. М.: ИНИОН, 1999. С. 13–29.
19. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики // Пер. с англ. А.Н. Нестеренко, 1997.
20. Осянин А. Н. Проблема выбора молодежью ценностных предпочтений / А. Н. Осянин // Социология, 2005. – № 1.
21. Постес А. Неформальная экономика и ее парадоксы // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики / Сост. и науч. ред. В. В. Радаев; пер. М. С. Добряковой и др. М.: РОССПЭН, 2004.
22. Радаев В. В. Социология потребления: основные подходы // Социологические исследования, 2005.

23. Рогозинский Е. В. Теневая экономика в структуре производственных отношений: сущность, противоречия, формы разрешения , 2009.
24. Ростовцева Л. И. Поведение потребителей и потребительская культура / Л. И. Ростовцева, 2002.
25. Рябушкин Б. Т. Методы оценки теневого и неформального секторов экономики / Б.Т. Рябушкин, Э.Ю. Чурилова. – М.: Финансы и статистика, 2016.
26. Скотт Дж. Благими намерениями государства. Почему и как проваливались проекты улучшения условий человеческой жизни / Пер. с англ. Э. Н. Гусинского, Ю. И. Турчаниновой. М.: Университетская книга, 2005.
27. Сото Э.де. Иной путь. Невидимая революция в третьем мире / Пер. с англ. Б. Пинскера. М.: Catallaxy, 1995.
28. Федько Н. Г. Поведение потребителей: учеб. пособие / Н. Г. Федько, В. П. Федько. – Ростов на Дону: Феникс, 2001.
29. Чебаков Р.К., Шевина Д.В. Демонстративное потребление молодежи/ Национальный исследовательский институт «Высшая школа экономика», г.Пермь, 2014.
30. Шальнова С.А. Распространенность курения в России. Результаты обследования представительной выборки населения / С.А. Шальнова, А.Д. Деев, Р.Г. Оганов // Профилактика заболеваний и укрепление здоровья,2008.
31. Экономика и право. Теневая экономика : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по экон. специальностям, для курсантов и слушателей образовательных учреждений МВД России / Н. Д. Эриашвили

[и др.] ; под ред. Н. Д. Эриашвили, Н. В. Артемьева. — 4-е изд., стер. — М. : Юнити : Закон и право, 2008.

32. Chaouachi K. Hookah (Narghile, Shisha) Smoking and Communicable Diseases. *Tabaccologia*. 2008.

33. Chaouachi K. The medical consequences of narghile (hookah, shisha) use in the world. *Rev. Epidemiol. Sante Publique*. 2007.

34. Hart K. Informal economy opportunities and the urban employment in Ghana // *Journal of Modern Africa Studies*. 1973. Vol. 11. N 1.

35. Henry, S. Unveiling the Hidden Economy, in: Henry, S. *The Hidden Economy: The Context and Control of Borderline Crime*. L.: Robertson, 1978.

36. Maslow, A. H., A theory of metamotivation: the biological rooting of the value-life, *J. humanistic Psychol*, 1967.

37. Thielen A, Klus H, Müller L. Tobacco smoke: unraveling a controversial subject. *Exp. Toxicol. Pathol*, 2008.

38. Все о курении. URL: <http://kurinekuri.ru/kalian/istoriya-vozniknoveniya-kalyana.html> (дата обращения: 16.04.16).

39. Информационный сайт о кальяне. URL: <http://kalyanka.ru/> (дата обращения: 02.04.17).

40. Исторические версии возникновения кальяна. URL: http://tabacopedia.ru/hookah/history_versions/ (дата обращения: 09.04.16).

41. Кальян: история возникновения «дымной» моды. URL: <http://vladiroom.ru/kalyan-istoriya-vozniknoveniya-dymnoj-mody-59787/> (дата обращения: 06.04.16).

42. Классификация кальяна. URL: <http://allrefs.net/c12/455nt/> (дата обращения: 17.04.16).

43. Сайт кальянной «Hookah place». URL: <https://hookahplace.ru/> (дата обращения: 14.04.17).
44. Современный кальян. URL: <http://xn--80atei8esa.xn--plai/kalian/vybor-kalyana/sovremennyj-kalyan.html> (дата обращения: 16.04.16).
45. Статья «Теневая экономика в современной интерпретации: сравнительный анализ». URL: <http://refleader.ru/jgemerrnaqasjge.html> (дата обращения: 03.02.16).
46. Статья «Сетевые внешние эффекты». URL: <http://economy-ru.com/mikroekonomika-kniga/setevye-vneshnie-effektyi-19037.html> (дата обращения: 08.03.16).
47. Функциональный и нефункциональный спрос. URL: <http://www.grandars.ru/student/ekonomiceskaya-teoriya/nefunktionalnyy-spros.html> (дата обращения 08.05.16).

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

АНКЕТА (Изучение практик курения кальяна в Санкт-Петербурге)

Здравствуйте.

Я являюсь студенткой 4 курса факультета социологии Санкт-Петербургского Государственного Университета. Я провожу опрос среди посетителей кальянных заведений в целях изучения практик курения кальяна в Санкт-Петербурге. Результаты исследования будут использованы для написания выпускной квалификационной работы.

Вся полученная мной информация будет иметь строго конфиденциальный характер.

Все ответы будут обрабатываться только в общем массиве, и никакие индивидуальные ответы не будут разглашены.

Заранее благодарю Вас за сотрудничество!

Данный блок вопросов посвящен информации о Вас:

1. Укажите Ваш возраст: _____

2. Укажите Ваш пол:

A. Мужской B. Женский

3. Укажите уровень Вашего образования:

A. Общее среднее B. Среднее специальное C. Неоконченное высшее D. Высшее E. Ученая степень F. Другое _____

4. Как вы оцениваете уровень Вашего дохода:

A. Ни в чем себя не ограничиваю B. Изредка ограничиваю C. Часто себя ограничиваю D. Постоянно себя ограничиваю

Следующие вопросы касаются практик курения кальяна и посещения кальянных заведений:

5. С какой целью вы начали курить кальян (возможен выбор от 1 до 3 вариантов ответа):

Было интересно попробовать **B. Все мои друзья курят кальян C. Нравится проводить время в кальянных заведениях D. Расслабляет и снимает напряжение E. Другое _____**

6. Как бы Вы оценили Ваше отношение к кальянокурению:

A. Положительное B. Скорее положительное, чем отрицательное C. Скорее отрицательное, чем положительное D. Отрицательное E. Резко отрицательное

7.Как часто Вы посещаете кальянные заведения?

A. Каждый день B. 2-3 раза в неделю C. один раз в неделю D. 2-3 раза в месяц E. Другое: _____

8.С кем Вы предпочитаете курить кальян:

A. В одиночку B. В компании друзей C. В компании коллег D. С малознакомыми посетителями кальянных заведений E. Другое: _____

9. Вы предпочитаете курить кальян:

A. В популярном, модном кальянном заведении B. В приватном кальянном заведении C. В обычном кальянном заведении D. Другое: _____

10. Как часто вы сталкиваетесь с фотографиями на которых присутствует кальян:

A. Постоянно B. Изредка C. Никогда не сталкивалась

11. Стоимость кальяна в Санкт-Петербурге варьируется от 350 до 1000 рублей, готовы ли Вы платить больше за оригинально оформленный и приготовленный кальян:

A. Готов(а) B. Скорее готов(а), чем не готов(а) C. Скорее не готов(а), чем готов(а) D. Не готов(а) E. Затрудняюсь ответить

12. Считаете ли Вы что посещение дорогого кальянного заведения отражает Ваш статус?

A. да B. скорее да, чем нет C. скорее нет, чем да D. Нет E. Затрудняюсь ответить

13. Какие кальянные заведения вы посещаете чаще всего (название)?

14. По каким критериям Вы выбрали заведение указанное Вами в предыдущем вопросе?

A. Удобное месторасположение B. В это заведение ходят все мои друзья и знакомые C. Популярное, модное заведение D. Качественный кальян E. Правильное соотношение цены и качества кальяна F. Тематический интерьер и располагающая обстановка G. Другое: _____

15. Делитесь ли Вы со своими друзьями, коллегами или знакомыми о найденном Вами заведении, отвечающем всем вышеперечисленным требованиям?

A. Да B. Нет C. Затрудняюсь ответить

16. Что привлекает вас в приватном заведении:

А. Особая атмосфера **B.** Уникальность заведения **C.** Ограниченоное число посетителей **D.** Возможность стать частью закрытого сообщества **E.** Другое: _____

17. Какой по Вашему критерий является наиболее важным для кальяна?

А. Престижность **B.** Доступная цена **C.** Эксклюзивность **D.** Необычный внешний вид **E.** Качество курения **F.** Другое: _____

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Проведение фокус-группы

Добрый день, меня зовут Анна, и сегодня я буду вашим модератором. Я представляю Санкт-Петербургский государственный университет и сегодня в рамках написания диплома по теме «Дым как товар: кальянные заведения Санкт-Петербурга» мы поговорим о кальянных заведениях: какие заведения вам нравится посещать, чем руководствуетесь вы выборе кальянного заведения, что является для вас самым важным в кальянных заведениях и многие другие вопросы.

Я прошу каждого из Вас свободно высказывать свое личное мнение по обсуждаемым вопросам. Сегодня не существует правильных и неправильных мнений, мнение каждого из Вас очень важно.

Для того, чтобы наша беседа прошла наиболее комфортно, я предлагаю следовать нескольким простым правилам:

Выслушивать мнение друг друга до конца.

Пожалуйста, включите беззвучный режим на мобильных телефонах, чтобы они не отвлекали нас от беседы.

Прошу Вас не покидать это помещение до окончания обсуждения, потому как мнение каждого из вас по всем обсуждаемым вопросам крайне важно.

Должна Вас предупредить, что наше обсуждение будет записываться. Эта запись нужна исключительно для того, чтобы не упустить ни одного из высказанных сегодня мнений. Гарантируем Вам, что я буду использовать запись исключительно в целях моего исследования, для уточнения ответов на вопросы и фиксирования всех высказанных мнений.

Вопросы для обсуждения

Представление

Расскажите, пожалуйста, немного о себе: сколько Вам лет, где Вы работаете, кем, в каком районе живете, ваше хобби и прочие интересные факты, которые могут характеризовать Вашу личность.

Блок 1. Отношение к кальянокурению

- 1) Как Вы оцениваете Ваше отношение к кальянокурению?
- 2) Расскажите пожалуйста вашу историю: когда, с какой целью и почему Вы начали курить кальян?
- 3) Что на сегодняшний день побуждает Вас курить кальян? Что вы хотите получить, куря кальян? Какие эмоции испытываете во время курения?
- 4) Считаете ли Вы кальян своей зависимостью или просто развлечением?
- 5) Считаете ли Вы кальян важным атрибутом вечеринок, пикников и выездов на природу? Если да, то почему?
- 6) Подумайте, какие ассоциации у Вас возникают, когда Вы думаете о кальяне?

Блок 2. Кальянные заведения

Как часто Вы посещаете кальянные заведения? Что побуждает Васходить в кальянные заведения?

В заведения какого типа Вы предпочитаете ходить? Что привлекает Вас в таких заведениях?

Хорошо ли Вы разбираетесь в приготовлении кальяна? Готовите ли его сами дома? (если нет, то значит просто ходят ради понта в заведения)

Если у Вас есть дома кальян, то какой он ценовой категории?

Были ли когда-нибудь у Вас в соц сетях фотографии с кальяном? Если да, то с какой целью выкладывали?

Если Вам предложат обычный кальян и дизайнерский кальян в одной ценовой категории, какой вы выберете?

Если Вам предложат обычный кальян за 650 рублей и дизайнерский кальян (качественнее, больше дыма, красиво выглядит) за 1300 рублей, какой вы выберете?

Как Вы считаете, может ли посещение дорогого кальянного заведения демонстрировать ваш статус?

В какой компании Вы предпочитаете ходить в кальянные?

Какие кальянные заведения Вы посещаете чаще всего? (название) Что Вас привлекает в данном заведении?

Какие, по Вашему, критерии являются наиболее важными для приватного кальянного заведения?

Заключительный этап

Есть ли еще что-то важное, чего мы не касались?

Если бы Вы открывали свое кальянное заведение, то каким бы оно было?

Хотелось бы Вам что-либо добавить, к тому, что мы уже обсуждали?

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

Транскрипт фокус группы (М – модератор; В – Владислав; Д – Дмитрий; Е – Евгений; Н – Никита; О – Остап)

М: Здравствуйте! Меня зовут Анна и сегодня буду модератором нашей фокус-группы. Для начала расскажите, пожалуйста, немного о себе: сколько Вам лет, где Вы работаете, кем, в каком районе живете, ваше хобби, может быть есть какие-то интересный факты, которые могут характеризовать Вашу личность?!

В: Меня зовут Владислав и мне 23 года. В настоящее время я учусь в Политехе на системного администратора, свободное время провожу с друзьями.

Д: Здравствуйте, меня зовут Дмитрий, мне 25 лет. Я работаю медицинским координатором в страховой клинике, мое хобби- это кальян.

М: Т.е. Вы работаете в клинике и увлекаетесь кальяном?

Д: Все верно.

Е: Меня зовут Евгений, мне 22 года, в данное время не работаю, моим хобби является спорт.

Н: Меня зовут Никита, мне 23. Я работаю курьером, увлекаюсь фотографией.

О: А меня зовут Остап, мне 22. В данный момент заканчиваю учиться. Увлекаюсь спортом.

М: Перейдем к первому блоку вопросов, который посвящен вашему отношению к кальянокурению. Как вы относитесь к кальянокурению? Можете отвечать не по порядку, кто хочет высказаться первым - поднимайте руку. Вижу, что желающих нет, тогда начнем с Владислава.

В: Ну мне нравится курить кальян, в последнее время курю его почти каждый день.

Н: Вас спрашивают об отношении, а не о том, как часто Вы курите.

М: Прошу следовать правилам и не перебивать отвечающего.

В: Отношусь к кальянокурению конечно же положительно. Это лучше чем сигареты.

Д: Я курю кальян еще со школы. Да, это не законно, я знаю. Мое отношение к кальянокурению резко положительное, т.к. я считаю, что кальян позволяет расслабиться и отойти от повседневной жизни. Когда ты куришь кальян ты проникаешь в глубину своего сознания и начинаешь думать о высшем назначении.

Н: Мое отношение положительное.

О: Я отношусь нейтрально, потому что я курю как кальян так и сигареты.

М: Евгений, а вы что скажете?

Е: К кальяну отношусь больше положительно, нежели отрицательно, так как с ним я встречаюсь редко, но метко.

М: Расскажите пожалуйста вашу историю: когда, с какой целью и почему вы вообще начали курить кальян? В каком возрасте?

В: Ну мне было просто интересно, это было лет 16, я поехал на Невский с Димоном, по моему мы поехали в Мамунью. Мне очень понравилось тогда, меня прямо взял кальян, было очень здорово.

М: Спасибо большое за ответ.

Д: Я начал курить кальян тоже лет в 16. Ну вообще я курю кальян для расслабления так скажем и считаю, что это хорошее занятие на вечер, когда тебе нечего делать.

Е: Первый свой раз я не помню, когда я попробовал кальян. Кальян – это как одна из разновидностей отдыха, расслабления и ее нужно впускать в свою жизнь.

Н: Мне было лет 15 и друзья говорили: «Да попробуй, это все ерунда», и теперь это на всю жизнь, не могу жить без кальяна.

О: Я попробовал так же лет в 16. Мы собирались с одноклассниками и это было дополнение к нашей вечеринке. Повторюсь, что это был несовершеннолетний возраст, но все мы не без греха.

М: Абсолютно с вами согласна. Всем спасибо за интересные ответы. А что на сегодняшний день вас побуждает курить кальян? Что вы хотите от этого получить, куря его и какие эмоции вы испытываете во время курения?

В: Как говорил Дмитрий, прежде всего расслабиться, снять стресс после учебы, после всего что накопилось за день, потому что чаще всего курю в вечернее время.

Д: Ну я повторяться не буду.

Е: Кальян – это как повод встретиться с друзьями.

Н: Ну если хорошо сделать кальян, то он очень сильно расслабляет.

О: По поводу кальяна, поскольку я ,так скажем, активный курильщик сигарет, то кальян это такое более дополнение к алкоголю на вечеринке. От кальяна я получаю исключительно положительные эмоции в плане вкуса и не такой горечи, как от сигарет.

М: Понятно, спасибо. А вы считаете кальян своей зависимостью или просто как развлечение?

В: Я не считаю кальян зависимостью, у меня нет неконтролируемого желания постоянно курить кальян.

М: Но при этом вы сказали, что курите кальян каждый день?!

В: Ну да, бывает. Однажды я кальян не курю кстати, только с друзьями.

Д: Я как и любой зависящий от какого-либо предмета человек, говорю, что у меня нет зависимости, но курю я кальян достаточно часто, могу раз в день, могу даже два раза в день покурить кальян, но не считаю, что у меня есть зависимость. Это повод больше расслабиться и получить удовольствие от насыщенного вкуса и обстановки кальянного заведения.

Е: Ну зависимость это когда чаще 10 раз в месяц, я хожу в кальянные заведения реже. У меня больше как расслабление все же.

Н: Ну скорее всего это зависимость, я курю кальян каждый день и много.

О: Расслабление, нету зависимости. Но если друзья позовут в кальянную, я с радостью соглашусь.

М: Считаете ли вы кальян важным атрибутом вечеринок, пикников, выездов на природу? Если да, то почему?

В: Хм, несомненно важный атрибут и с ним любой выезд на природу конечно сразу же становится веселее, особенно мне как человеку не курящему, хочется выехать на природу и расслабиться с друзьями по полной.

Д: Я считаю, что любой выезд на природу должен сопровождаться кальянным мероприятием.

М: Ну это касается не только выездов на природу. Так же вечеринки или если вы встретились с друзьями.

Д: Да, просто кальян побуждает к общению и передавая эту трубку мира ты начинаешь рассуждать о жизни.

М: А как вы считаете, передавая эту «трубку мира», увеличивается ли уровень доверия?

Д: Да, это сближает людей, я считаю.

М: Спасибо большое.

Е: Да, кальян как точка сбора. Если все расходятся, то можно зажечь кальян и все будут сходиться, как мухи на торт!

М: Очень интересное сравнение!

Н: Ну куда с друзьями без кальяна то.

О: Я не считаю каким-то важным атрибутом кальян при выезде на природу и вечеринки. Я считаю, что кальян – это что-то такое более локальное, т.е. при какой-то небольшой компании, которая любит или специально собралась, чтобы покурить кальян. Ташить его куда-то далеко бессмысленно.

М: Я встречала людей, которые летают заграницу и везут с собой в чемодане кальян. Что ты думаешь по этому поводу?

О: Ну если человеку нравится, если он получает от этого удовольствие, курить его на природе или еще где-то, то это мнение этого человека. Но я считаю, что кальян- это локальный атрибут.

М: Дмитрий, вы согласны с мнением Остапа?

Д: Ну у каждого свое мнение, у меня другое мнение.

М: Последний вопрос из этого блока: подумайте пожалуйста, какие ассоциации у вас возникают, когда вы думаете о кальяне?

В: Ну дым понятное дело, чем больше, тем лучше!

Д: Я никогда не задумывался об ассоциациях, которые у меня складываются с кальяном, но скорее всего это приятная компания, разговоры и скорее всего расслабление.

Е: Ассоциация с кальяном – это сбор единомышленников.

Н: Это дым.

О: Дым, вкус, угли.

М: Здорово, спасибо. Следующий блок вопросов касается кальянных заведений. Расскажите пожалуйста как часто вы посещаете кальянные заведения и что побуждает вас в них ходить?

В: Ну я уже говорил, что хожу в такие заведения практически каждый день. Сбор с друзьями.

Д: Посещаю кальянные заведения очень часто, а побуждает меня ходить скорее всего пообщаться со знакомыми либо завести какие-то новые знакомства ну и расслабиться естественно.

Е: Чаще всего хожу в одно и тоже заведение. «Аура» называется.

Н: Я часто хожу в кальянные заведения, но кальян в них не курю, только на днях рождения.

М: Вот это новость! А с чем это связано?

Н: Ну потому что у меня есть дома и я могу дома сделать себе хороший кальян и покурить.

М: Вы не доверяете другими кальянщикам?

Н: Ну да.

О: Я присутствую в кальянных, потому что там присутствуют мои знакомые.

М: В заведения какого типа вы предпочитаете ходить и что вас привлекает в таких заведениях?

В: Ну я предпочитаю закрытые заведения. Хожу всего в два таких заведения, это «Аура» и «Хука плейс», в обоих заведениях меня привлекает, что присутствуют настольные игры. А, ну еще я был в Мамунье! Ну что еще... атмосфера сама вот эта: полумрак, загадочность. Меня это очень привлекает.

Д: Заведения закрытого типа я предпочитаю, т.к. я считаю, что атмосфера вот этого восточного кальянокурения присутствует больше в таких заведениях, нежели в ресторанах.

Е: По настроению, одобряю и то и то. Иногда хочется тишины и покоя, а иногда хочется погуздеть.

Н: Ну я доверяю выбору друзей.

О: Приватные заведения, потому что тут уютно и дружелюбно.

М: Хорошо ли вы разбираетесь в приготовлении кальяна? Готовите ли вы его сами дома?

В: Безусловно я разбираюсь в приготовлении кальяна.

М: А как вы оцениваете свой уровень мастерства?

В: Уровень – средний. Если у меня будет: табак, угли, фольга и чаша, то я смогу сделать кальян.

М: А вы курите один или в компании друзей?

В: Не, я же говорил, что один я никогда не курю, я всегда в компании.

Д: Ну я достаточно хорошо разбираюсь в кальянах и готовить кальян я умею и считаю, что делаю это хорошо. Один кальян я бы тоже не хотел курить, обычно это компания друзей и приятная атмосфера.

Н: Я очень хорошо делаю кальян, никто не жалуется. Почти всегда курю один.

М: А какой ценовой категории у тебя кальян?

Н: Ну... 6-7 тысяч.

О: У меня у самого кальяна нет, но бывали случаи, когда друзья просили сделать кальян, хотя уровень у меня делитанский.

М: Дмитрий и Владислав, а у вас дома кальяны какой ценовой категории?

Д: От 10 до 15 тысяч, кальян я заказывал из Германии, т.к. он сделан из авиационной стали и я считаю, что для себя надо брать все самое лучшее.

В: Я тоже брал кальян заграницей, где-то 7-8 тысяч стоил.

М: А у вас были когда-нибудь в социальных сетях фотографии с кальяном?

В: Да, я пару раз выкладывал фотки с кальяном.

М: А с какой целью вы выкладывали?

В: Ээ, ну просто обозначить, что я побывал в кальянной с друзьями и что я курил кальян.

М: А вы Дмитрий?

Д: Да, я выкладывал в социальные сети то что я курил кальян, непосредственно принимал в этом участие и я считаю, что это показывает некий статус.

Н: Ну я фотографировался, но не выкладывал.

О: Ну меня несколько раз друзья отмечали, на фотках, где я курю кальян.

М: А вы вообще часто сталкиваетесь с фотографиями кальяна в социальных сетях?

В: В новостной ленте постоянно, тем более что я подписан на некоторые кальянные группы.

Д: У меня очень много друзей курят, поэтому я постоянно встречаю такие фотографии.

М: А если вам предложат обычный кальян и дизайнерский в одной ценовой категории, то какой вы выберете?

В: Ну почему бы не дизайнерские.

Д: Ну это зависит от качества. Если дизайнерский будет качественнее, то конечно его выберу.

Е: Конечно дизайнерский.

Н: А я за обычный, проверенный качеством.

О: Ну конечно всегда хочется попробовать что-то новое, так что дизайнерский.

М: А если бы дизайнерский кальян был дороже?

В: Все равно дизайнерский.

Д: Да, деньги это не проблема.

М: А как вы считаете может ли посещение дорогого приватного заведения продемонстрировать ваш статус?

В: Хм, это прежде продемонстрирует статус с тем, с кем ты пришел и кто увидел твою фотографию в сети.

М: Ну а как эти фотографии демонстрируют твой статус?

В: Ну то что ты можешь позволить себе сходить в кальянную престижную, потому что это стоит некоторую сумму. Ну в общем, конечно же это демонстрирует мой статус.

Д: Я тоже считаю, что дорогое кальянное заведение отражает твой статус и если ты в нем бываешь, то ты непосредственно связан с хорошим положением в обществе.

Е: Конечно, любое приватное заведение может продемонстрировать твой статус, ну и кальянная в том числе. Да! Я так считаю.

Н: Ну не знаю..

О: Ну вообще посещение именно дорогого кальянного заведения это демонстрация твоего положения в обществе.

М: Какие кальянные заведения вы посещаете чаще всего? И что вас привлекает в данном заведении? Т.е. названия назовите пожалуйста.

В: Hookah place.

М: А расскажите пожалуйста поподробнее про это место.

В: Ну мне понравилась обстановка, их ассортимент табаков широкий и персональное обслуживание.

М: А где располагается данная кальянная?

В: Место абсолютно неприметное, находится она в подвале. Меня туда привели знакомые, так как вход там только по клубным картам.

Д: Я посещал достаточно много кальянных заведений. Одно из самых лучших – Пуэр. Это кальянная закрытого типа, без вывески, на Некрасово находится. Вход тоже по звонку, там привлекает индивидуальное обслуживание, вкусный кальян.

М: Тогда у меня к вам с Владиславом такой вопрос: то что для попадания в эти заведения нужно заранее получать карточки или звонить, бронировать вас никак не останавливает? Можно же просто пойти в обычную кальянную и не надо будет нарягаться. Что побуждает вас справляться с трудностями для попадания в данные заведения?

Д: Просто есть заведения, которые продают в открытую кальян, у которых есть договоренность с какими-то органами, а есть закрытого типа, скорее всего у них тоже есть какая-то крыша так скажем, но чем интереснее попасть в закрытое место например, нежели в открытое, так это то, что в открытое может пойти каждый и там к тебе будут относиться не как к своему человеку, а как будто ты просто гость. Непосредственно в закрытых заведениях ты приходишь и к тебе абсолютно другое отношение. Там всегда либо кальянщики, либо администраторы, либо менеджеры хотят с тобой познакомиться. Как бы отношение персонала к клиенту в закрытом заведении намного выше, нежели чем в обычных заведениях проходного типа.

В: Ну к тому же в такие заведения обычно идешь по рекомендации друзей, они уже там побывали и знают качество и вкус кальянов и когда ты приходишь, ты как бы доверяешь вкусу своих друзей и действительно подтверждается что там качественный кальян предоставляется.

М: Евгений, а какие кальянные заведения посещаете вы?

Е: «Аура», тут все мои друзья.

О: Ну я тоже в Ауру хожу.

М: Какие по вашему критерии являются наиболее важными для приватного кальянного заведения?

В: Обстановка, интерьер, обслуживание, качество кальяна, наличие настольных игр.

Д: Я считаю что самое важное это качество кальяна и качество обслуживания. Интерьер всегда в закрытых заведениях необычный. Приватные заведения намного интереснее нежели чем открытые.

Е: Присоединяюсь ко всему вышесказанному.

О: Ну как бы ребята все уже перечислили.

М: Сейчас я вам покажу 6 изображений кальянных заведений, а вы должны выбрать в какое бы вы хотели сходить.

В: Хм, 1.

Д: Меня привлекла 4 фотография. Дизайн помещения очень интересный. Здесь бы я присел.

Е: У каждого заведения есть своя изюминка, они все разного типа. Если я хочу тихо уединиться, то я хочу сидеть в заведении №1, 2, 3. А остальные три- места более открытого типа, где можно и познакомиться и подсесть.

М: Сложный выбор, но я бы сходил в № 3.

О: №1 и 2.

М: Если бы вы открывали свое кальянное заведение, то каким бы оно было?

В: Я бы добавил много настольных и видео игр. Оно было бы закрытого типа. Интерьер какой-нибудь незамысловатый.

Д: Мне нравятся два типа заведений: первое – это приватное заведение, где люди сидят в отдельных кабинках, а второе – по типу кальянного заведения «Феромон», в котором платят за время проведенное в кальянной, а не за кальян отдельно. Ты платишь около трехсот рублей с человека за час. Тебе приносят кальян и чай, а так как кальян обычно приходят курить компанией, ты выигрываешь на количестве посетителей, а не на цене кальяна.

Е: Там должно быть обязательно что-то нестандартное, потому что кальянных сейчас очень много, любые варианты и стили, начиная от подачи и заканчивая интерьером и персоналом. Нужны новые варианты, чтобы люди заходили и первое впечатление было шокирующим, чтобы было желание вернуться.

Н: Ну она была бы классной.

О: Если бы я открывал кальянную, то скорее всего я бы разделил ее на две части: одну более публичную для больших компаний, а вторую часть для индивидуального пользования, для двух, одного или трех человек. Я бы тоже добавил туда настольных игр.

М: Спасибо вам огромное за такие интересные ответы. Хотелось бы вам что-то еще добавить к тому что мы обсуждали, может мы что-то упустили?

О: Для меня кальян – это праздничная сигарета. Прийти, посидеть в компании и покурить.

Д: Ну я хотел бы добавить, так как кальянная индустрия является незаконной в нашей стране, я бы хотел, чтобы данная сфера развивалась и так как это сугубо личное дело каждого человека: курить кальян или нет, то каждый выбирает свой путь и почему бы его не легализовать?! Например, сделать отдельные места для кальянокурения так же в ресторанах, возможно закрытой какой-то ширмой. Когда есть отдельное заведение, как кальянная,

почему бы ее не разрешить, если людям это нравится и многие люди ищут именно хорошее кальянное заведение, которое было бы и легальное, чтобы не было никаких забастовок и так далее. Поэтому я считаю, что кальянное заведение надо легализовать в нашей стране, т.к. мы живем в свободной стране, где есть право выбора, а то что депутаты запретили курить кальян, я считаю, что это не есть хорошо, это ущемляет наши права!

М: Т.е. на самом деле, то что кальянные запрещены законом, не останавливает развитие кальянной индустрии.

Д: Да, теневой бизнес только растет из-за того, что запретный плод сладок. Сейчас у молодежи пошла такая тенденция, то что покурить кальян и выложить в сеть – это считается каким-то выпендрежем, перед другими людьми, что мол я это сделал, а ты этого сделать не можешь. Конечно, есть старое поколение, которое считает, что курить это плохо, повсюду социальная реклама, но существует новое молодое поколение, которое бывало в разных странах, например арабских, где кальянокурение является традицией, т.е. люди приходят покурить кальян не просто, чтобы расслабиться. Тем самым они чтят и уважают традиции своего народа. Мы живем в России, а Россия многонациональная страна и очень много приезжают людей из восточной части нашего мира и естественно им тоже хочется погрузиться как-то в эту атмосферу хотя бы в кальянном заведении, вспомнить свою родину.

М: А вы знали, что приготовление кальянов на фруктах – это сугубо русская традиция. На Востоке уважают только классический кальян, а кальян на фруктах делают только для русских туристов.

Д: Классический восточный кальян – это фольга, крепкий табак и даже не важно какой там будет стоять уголь. А для русских людей главное – это обложка, а не качество, к сожалению. Поэтому русские люди больше ведутся на красоту нежели чем на сами традиции. Ну это естественно, потому что русский народ простой и любит по-красивее.

М: Огромное спасибо за такое интересное и исчерпывающее дополнение! Владислав, может вам есть что добавить?

В: Ну после такой речи даже нечего особо добавить. Ну вот я курю кальян не из-за крепости, потому что я сам человек не курящий. Меня привлекает в кальяне легкость дыма и вкуса. Кальян привел меня в мир курящих.

М: Может кто-то еще желает высказаться?

Е: Нет.

О: Нет.

Н: Нет.

М: Тогда всем огромное спасибо за участие, надеюсь, что каждый вынес из данной беседы что-то новое для себя.

ПРИЛОЖЕНИЕ 4

Рисунок №1

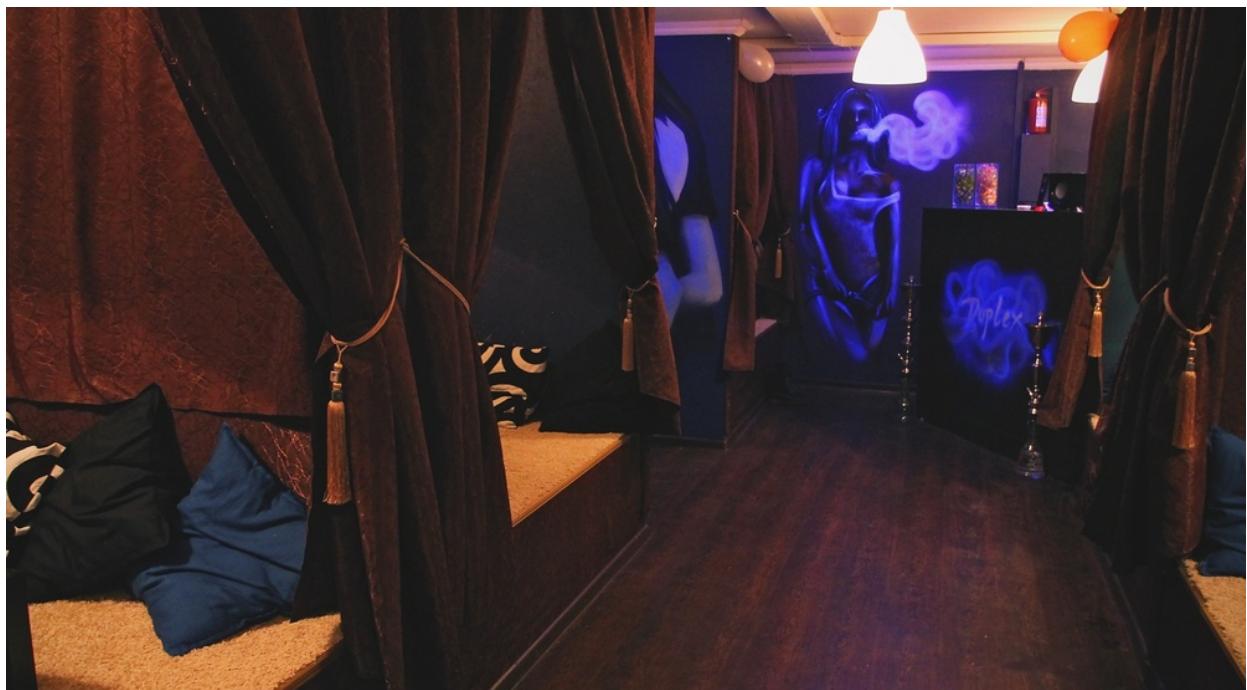


Рисунок №2



Рисунок №3



Рисунок №4



Рисунок №5



Рисунок №6

