



М. Е. ИЛЛЕ

**СОХРАНЕНИЕ ИСТОРИИ
ПОВСЕДНЕВНОЙ ЖИЗНИ ЛЮДЕЙ —
ОДНА ИЗ ВАЖНЫХ ФУНКЦИЙ СОЦИОЛОГИИ
(на примере журнала «Телескоп»)***

Основной акцент в тексте делается на публикациях первых лет существования журнала, когда его первоначальное название «„Телескоп“: наблюдения за повседневной жизнью петербуржцев» точно отражало направление журнала в момент его создания. В статье утверждается, что социология сродни фотографии и документальному кино — результаты исследований позволяют сохранить и передать будущему описание времени в тех фактах, деталях, ракурсах, которые доступны именно социологии.

Ключевые слова: повседневность, история повседневности, количественные исследования, социология, функция социологии в сохранении описания жизни людей.

MIKHAIL E. ILLE

**PRESERVATION OF THE HISTORY
OF PEOPLE'S EVERYDAY LIFE AS ONE
OF THE IMPORTANT FUNCTIONS OF SOCIOLOGY
(on the example of the journal “Telescope”)**

The main focus of the article is on the publications of the first years of the journal, when its original title “‘Telescope’: Observations on the everyday life of Petersburgers” accurately reflected the direction of the journal. The article argues that sociology is akin to photography and documentary films — the results of research allow us to preserve and transmit to the future the description of time in those facts, details, angles that are available specifically to sociology.

Keywords: everyday life, history of everyday life, quantitative research, sociology, function of sociology in preserving the description of people's lives.

Основное внимание в статье будет уделено редакционной политике журнала в первые годы его издания и анализу того, в какой мере задуманное было осуществлено практически.

* Текст основан на выступлении на юбилейной конференции СПАС «Тревожное общество и (не)возможность солидарности», 15–16 апреля 2022 г.

Первоначальное название журнала «„Телескоп“: наблюдения за повседневной жизнью петербуржцев» достаточно точно отражало идеологию, направление журнала. Интерес к описанию и пониманию повседневной жизни людей — характерная черта парадигмы гуманитарного знания последних десятилетий, и не последняя роль в решении этой задачи принадлежит социологии. У так называемых количественных опросов населения, если они выполнены строго с соблюдением всех методических требований, есть одна важная функция, на которую, как мне кажется, обращают недостаточное внимание. Она сродни фотографии, документальному кино — полученные результаты этих исследований способны сохранить и передать будущему описанию времени в тех фактах, деталях, ракурсах, которые доступны именно социологии.

Журнал с момента его основания не проводил различия между социологическими и маркетинговыми исследованиями, полагая, что потребительское поведение горожан не менее важно в анализе их повседневной жизни, чем политические симпатии и даже возникающие социальные проблемы.

Первоначально среди коллег социологов было весьма сдержанное отношение к журналу, но постепенно отношение к изданию стало меняться, во многом потому, что практически с первых номеров издание поддерживали известные в городе социологи: Татьяна Протасенко, Леонид Кесельман, Олег Божков, Дмитрий Гавра, Николай Соколов и многие другие. Активную поддержку с первых лет выхода журнала оказывали А. Алексеев, В. Голофаст, Б. Докторов. О Борисе Зусмановиче Докторове нужно сказать особо. Начиная с 2000 г. он начинает публикацию текстов в журнале о становлении и развитии в США исследований общественного мнения и рекламы, что привлекло внимание к журналу не только социологов, но и специалистов в сфере маркетинга, рекламы. В 2004 г. публикуется подборка текстов, посвященных 75-летию Б. Грушина, с этих текстов берет начало рубрика «Современная история российской социологии», в которой Докторов публикует интервью с российскими социологами и другие тексты, так или иначе раскрывающие историю советской / российской социологии. Эти публикации вызывают большой интерес социологической общественности.

Нередки его публикации и на другие темы, короче говоря, Б. Докторов — самый активный автор, и его вклад в существование и развитие журнала невозможно переоценить.

В 2003 г. две статьи в журнале опубликовал В. А. Ядов, что, очевидно, способствовало повышению авторитета издания. Так, стараниями

коллег журнал становился достаточно известным и уважаемым. Расширяется география авторов, появляются новые тематические рубрики, что и стало причиной смены названия журнала в 2007 г., он стал называться **«Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований»**. Поскольку тематика журнала уже перестала быть чисто городской, и новое название точнее выражало его направленность (на рис. 1 представлено количество публикаций по основным тематическим рубрикам).

Приобретая что-то новое — темы, авторов, — как правило, утрачиваешь те достижения, которые раньше составляли ядро и основу издания. Если посмотреть на данные табл. 1, то можно увидеть, как резко уменьшается количество публикаций, которые раскрывали особенности повседневной жизни петербуржцев, а именно эта цель была основополагающей при создании журнала. Публикации по теме «социальные проблемы» сокращаются в три раза, «потребительский рынок» и рынок СМИ к 2017 г. практически исчезает из публикуемых материалов. И это не потому, что таково было желание редактора, нет, я по-прежнему с удовольствием размещал в журнале подобные статьи, но их становилось с каждым годом все меньше и меньше. Почему это происходило? Думаю, что во многом на это влияли следующие причины. Во-первых, появились компании, монополизировавшие рынок. Так, например, СНИЦ много лет занимался изучением продовольственного рынка Петербурга, но потом появилась компания, уже не помню, как она называлась, которая вышла на рынок с ежеквартальным отчетом о ситуации на этом рынке, их данные, на наш взгляд, были не самыми достоверными, но постепенно большинство наших постоянных клиентов стали пользоваться этими отчетами, поскольку на них стали ориентироваться основные участники рынка. Аналогичная монополизация произошла и на рынке масс-медиа. И, во-вторых, то небольшое, что исследовалось под конкретный заказ, клиентом, как правило, «закрывалось» и разрешение на публикацию результатов не давалось.

Таким образом, функция социологии по сохранению истории повседневности, о которой было заявлено в начале текста как основной темы публикуемого текста и к которой мы наконец переходим, была в той или иной степени осуществлена журналом только в первые годы издания. Посмотрим, какую информацию журнал публиковал на своих страницах в 1997–2002 гг. и в какой мере это позволяет говорить о сохранении реальных свидетельств жизни петербуржцев на рубеже веков.



Рис. 1. Количество публикаций по основным тематическим рубрикам 1997–2019 гг.

Таблица 1

Изменение количества публикаций по важнейшим тематическим рубрикам в 1997–2017 гг.

Тематическая рубрика	Количество публикаций		
	1997 г.	2007 г.	2017 г.
Социальные проблемы	9	3	3
Социально-политические исследования	4	3	3
Рынок масс-медиа	5	3	0
Потребительский рынок	10	3	1

Далее будет представлен список статей по основным тематическим рубрикам, опубликованным в эти годы, и дан краткий комментарий к списку этих публикаций. (Полный список текстов, опубликованных журналом в эти и последующие годы, можно увидеть на старом сайте журнала www.old.teleskop-journal.spb.ru.)

В табл. 2 представлены статьи, которые были отнесены к рубрике «социальные проблемы». Мы видим, что эти проблемы были представлены достаточно в широком диапазоне: это, конечно, доходы и расходы горожан, коммунальная реформа и проблемы задолженности в оплате коммунальных услуг, но это и проблемы школы, физического здоровья и доступности медицинской помощи, проблемы наркотизма и субъективной защищенности от насилия и многое другое. Обращает на себя внимание, что у большинства опубликованных статей авторы имеют отношение к так называемой академической социологии — это или сотрудники Социологического института (сначала это СПб филиал института социологии РАН), или Центра социологических исследований факультета социологии СПбГУ. (Авторы Центра изучения и прогнозирования социальных процессов — Л. Кесельман и М. Мацкевич, несмотря на независимость Центра, одновременно сотрудники Социологического института, и их логично отнести к академической социологии.)

В табл. 3 представлены публикации, анализирующие рынок СМИ. Это в эти годы очень перспективный рынок: радио и телевидение, газеты и журналы — все в фокусе внимания социологов и маркетологов, поскольку многочисленные рекламодатели хотят разместить свою рекламу наиболее эффективным образом, попасть точно в свою целевую аудиторию, поэтому рейтинги СМИ и характеристики их аудитории пользуются повышенным спросом. Многие независимые исследовательские компании активно участвуют в анализе рынка масс-медиа, что наглядно показывает табл. 3, и, в целях продвижения своих исследований, чтобы каким-то образом продемонстрировать потенциальному заказчику свои достижения на этом рынке, они охотно размещают свои результаты на страницах журнала.

Отметим, что в этом случае «академические» социологи представлены незначительно.

В табл. 4 представлены публикации по теме «социально-политические исследования». Как нетрудно заметить, основное внимание в этих текстах уделялось предстоящим избирательным кампаниям того времени и перспективам тех или иных кандидатов. Анализировались

и политические симпатии и настроения петербуржцев вне их непосредственной связи с избирательными проблемами. Отметим, что в это время одними из активных заказчиков этой тематики, наряду со средствами массовой информации, были политические партии и объединения того времени. Можно выстроить несложную прямолинейную зависимость: от изучения актуальных проблем населения к рейтингу основных СМИ, формирующих общественное мнение, и через них к воздействию на отношение горожан к различным политическим фигурам и партиям. Понятно, что реальные политические симпатии не выстраивались так однолинейно с теми или иными актуальными для населения социальными проблемами, но какое-то влияние на политическое сознание горожан они оказывали.

Отметим Центр социологических исследований факультета социологии (Д. Гавра и Н. Соколов) и Центр Леонида Кесельмана, наиболее активно изучавших политическое сознание горожан в переломный период нашей страны.

В табл. 5 представлен неполный список текстов, опубликованных в журнале в рубрике «потребительский рынок» (этих публикаций так много, что их невозможно разместить в таблице на одной странице, весь список можно посмотреть на сайте журнала). Прежде всего отметим множество направлений в исследовании этого рынка. Бесспорным лидером является продовольственный рынок, который изучается во всем его разнообразии: это и различные напитки, овощи и растительное масло, кофе и макароны и т. д., и т. п. Но предметом изучения являются и другие рынки: строительные товары и одежда, косметика и бытовая химия и многое другое. Активное изучение этого рынка объясняется высоким уровнем конкуренции — производители хотят знать свое место в оценках потребителей, лучше понимать, кто является их целевой аудиторией, что надо делать, чтобы повысить доверие к себе и своей продукции. Важно изучение рынка для проведения маркетинговых кампаний в целом: что надо рекламировать, где более эффективно размещать рекламу, какие дополнительные мероприятия необходимы для продвижения своей продукции на рынке и другие аспекты, способствующие успешной работе компании.

Вполне естественно, что в изучении этого рынка доминируют независимые социологические и маркетинговые центры, участие «академических» социологов в данном случае скорее исключение из сложившейся в то время исследовательской практики.

Таблица 2

Публикации в рубрике «Социальные проблемы»

Петербургские жители и их доходы	ИФ «Крона Корсинто»	1997
Рынок страховых услуг	Независимый аналитический центр	1997
Реальные проблемы современной школы в восприятии учащихся и их родителей	О. Божков, СПб филиал Ин-та социологии РАН	1997
Жилищно-коммунальная реформа в общественном мнении петербуржцев	Д. Гавра, факультет социологии СПбГУ, Е. Тишин, ИСЭП РАН	1997
Год прожили — и ладно... (результаты опроса общественного мнения по итогам 1997 г.)	Независимый аналитический центр (НАЦ)	1998
«Где деньги, Зин?» (отношение петербуржцев к коммунальной реформе)	Независимый аналитический центр	1998
Массовое жилищное строительство и изменения в повседневной жизни горожан	Е. Герасимова, Европейский ун-т в СПб, Центр независимых социолог. исследований (ЦНСИ)	1998
Динамика уровня жизни петербуржцев за шесть лет экономических реформ	Т. Протасенко, О. Фадеева, СПб филиал Ин-та социологии РАН	1998
Жилищные компенсации и задолженность населения по оплате жилья и коммунальных услуг в Санкт-Петербурге	Н. Корнев, СПб филиал Ин-та социологии РАН	1999
Качество жизни в оценках городского населения России	Н. Федорова, Э. Фомин, ЦНСИ	1999
Мониторинг доступности жилищной компенсации нуждающимся семьям в Санкт-Петербурге: многодетные семьи, май 1999 г.	Н. Корнев, СПб филиал Института социологии РАН	1999
Население Санкт-Петербурга — детали социально-экономического портрета	И. Васильев, А. Вейхер, ИФ «Крона Корсинто»	1999
Доходы и расходы петербуржцев	ИФ «Гортисс»	1999
Субъективная защищенность от насилия	Л. Кесельман, М. Мацкевич, Центр изучения и прогнозирования социальных процессов	2000
Массовое сознание против народной мудрости, или Чего не хватает петербуржцам для полного счастья?	Н. Соколов, Центр социологических исследований факультета социологии СПбГУ	2000

Табл. 2 (окончание)

Петербуржец как дачник и огородник — штрихи к портрету владельцев загородной недвижимости	Д. Гавра, Н. Соколов, Центр социологических исследований факультета социологии СПбГУ	2000
Изменения в уровне жизни и социальная атмосфера	Т. Протасенко, В. Ревтова, СПб филиал Ин-та социологии РАН	2000
Долг петербуржцев за жилье продолжает расти. Кто виноват и что делать?	Н. Корнев, Е. Евдокимова, СПб филиал Ин-та социологии РАН	2000
Некоторые аспекты восприятия населением «женской» темы в контексте социально-экономических изменений	Т. Протасенко, В. Ревтова, СПб филиал Ин-та социологии РАН	2000
Социальные координаты наркотизма	Л. Кесельман, М. Мацкевич, Центр изучения и прогнозирования социальных процессов	2001
Доступность жилищной компенсации семьям с низким доходом и развитие ситуации с их задолженностью в 2000 г.	Н. Корнев, СПб филиал Ин-та социологии РАН	2001
Локализация ответственности и адаптация к постсоветской действительности	М. Мацкевич, СПб филиал Ин-та социологии РАН	2001
Петербуржцы о частной собственности на землю: идеологические штампы, политико-экономические ориентации, хозяйственные практики	Е. Рыбина, Т. Вычик, С. Дамберг, Н. Соколов, факультет социологии СПбГУ	2002
Актуальные проблемы реформы государственной власти	А. Клюев, М. Кашина, И. Древал, Северо-Западная академия государственной службы	2002
Доступность первичной медицинской помощи в оценках петербуржцев	Л. Панова, Социологический ин-т РАН	2002
Физическое здоровье и бедность: функциональное взаимодействие или механизм сегрегации?	Н. Соколов, С. Сербина, факультет социологии СПбГУ	2002
Жизнь рабочих на питерском предприятии	Б. Максимов, Социологический ин-т РАН	2002
Варианты экономического поведения и социально-психологическая адаптация групп населения Санкт-Петербурга, связанных с оборонным комплексом	И. Травин, Е. Евдокимова, С. Игнатова, Г. Еремичева, Ю. Манько, Социологический ин-т РАН	2002

Таблица 3

Публикации в рубрике «Масс-медиа, реклама»

Рейтинг телевизионных программ среди населения СПб с душевым доходом 200 долларов и выше	СНИЦ	1997
Рейтинг газет	Независимый аналитический центр	1997
Тематический анализ программ телеканалов	А. Илле, редакция журнала	1997
Рейтинг радиостанций	СНИЦ	1997
Телевизионная аудитория Санкт-Петербурга	Соц. отдел дирекции общественного мнения ГТРК «Петербург — Пятый канал»	1998
Контент-анализ художественных фильмов, демонстрируемых на общероссийских каналах	А. Илле, редакция журнала	1998
Рейтинги и характеристики аудиторией деловых газет среди населения с душевым доходом 200 долларов и более	СНИЦ	1998
К вопросу о выборе издания для рекламы	Исследовательская фирма «ЭКРО — RG»	1998
Объект исследования — рынок СМИ	Исследовательская фирма «ЭКРО — RG»	1998
Как увеличить прибыль с помощью рекламы	Д. Корсаков, РА «Норма»	1998
Новая российская газетная пресса: типологическая структура и ее изменения (1988–1997 гг.)	А. Алексеев, СПб филиал Ин-та социологии РАН	1999
Весь мир у ног женщин!.. (информационные предпочтения женщин)	Исследовательская фирма «ЭКРО — RG»	1999
Аудитория газет и радиостанций	А. Чагин, СНИЦ	1999

Табл. 3 (окончание)

Динамика развития рынка газет	ИФ «ГОРТИС»	1999
Аудитория СМИ	А. Чагин, СНИЦ	2000
Газеты и журналы как рекламоносители	Исследовательская фирма «ЭКРО — RG»	2000
Радиорынок Петербурга	В. Москвина, «ГОРТИС»	2000
Аудитории СМИ в Санкт-Петербурге	ИФ «Комкон СПб»	2000
Джордж Гэллап: «Мне всегда нравилось изучение рекламы»	Б. Докторов, независимый исследователь (США)	2000
Радиорынок Санкт-Петербурга	В. Москвина, «ГОРТИС»	2001
Аудитория газет	С. Исаев, СНИЦ	2001
Обзор рынка прессы в Санкт-Петербурге	Н. Туманова, ИФ «Комкон СПб»	2001
Телевизионная реклама: к вопросу об эффективности	А. Казанцев, «СНИЦ»	2002
Реклама алкоголя в прессе	А. Волков, В. Жигулин, ИФ «ГОРТИС»	2002
Обзор рынка прессы в Санкт-Петербурге	М. Подушко, ИФ «Комкон СПб»	2002
Российские журналисты — кто они?	Т. Протасенко, В. Ревтова, Социологический ин-т РАН	2002
Рынок прессы в Санкт-Петербурге	В. Москвина, ИФ «ГОРТИС-МИК»	2002
Ночь пожирателей рекламы	З. Сланова, РА «ТВИН Медиа»	2002
Радиостанции Санкт-Петербурга	В. Москвина, «ГОРТИС-МИК»	2002
И телевизор в каждый дом	К. Обухова, ИФ «Комкон СПб»	2002

Таблица 4

Публикации в рубрике «Социально-политические исследования»

Должен ли Б. Ельцин уйти в отставку?	М. Илле, СНИЦ	1997
Партийные симпатии жителей Санкт-Петербурга	Т. Протасенко, О. Фадеева, СПб филиал Ин-та социологии РАН	1997
Контент-анализ предвыборных обещаний кандидатов в депутаты в органы местного самоуправления	М. Духовный, А. Малышев, Центр избирательных технологий СПб общества «Знание»	1997
Конец 1997 г.: позиции губернатора Санкт-Петербурга достаточно устойчивы	Д. Гавра, Н. Соколов, Центр соц. исследований факультета социологии СПбГУ	1998
Никто не даст нам избавленья... (экономический кризис в общественном мнении петербуржцев)	Независимый аналитический центр	1998
Выборы в Законодательное собрание начинаются	Независимый аналитический центр	1998
К портрету идеального кандидата в депутаты Законодательного собрания Санкт-Петербурга образца 1998 г.	О. Божков, СПб филиал Ин-та социологии РАН	1998
Сторонники и противники губернатора Санкт-Петербурга В. Яковлева: наброски социальных портретов	Д. Гавра, Н. Соколов, Центр соц. исследований факультета социологии СПбГУ	1998
Год после кризиса: изменение политических симпатий петербуржцев	Т. Протасенко, В. Ревтова, СПб филиал Ин-та социологии РАН	1998
Кто решит судьбу думских выборов в Санкт-Петербурге? Эскиз портрета потенциального электората	Д. Гавра, Н. Соколов, Центр соц. исследований факультета социологии СПбГУ	1999
Выборы-99: первый прогноз результатов голосования петербуржцев по партийным спискам	С. Исаев, СНИЦ	1999
Готовность к насилию в Санкт-Петербурге	Д. Гавра, Н. Соколов, Центр СИ факультета СПбГУ	1999

Табл. 4 (окончание)

Выборы в Государственную Думу — 99 на страницах петербургских СМИ	А. Илле, редакция журнала	1999
Социологическая поддержка избирательной кампании: условия эффективности	Р. Могилевский, ГЭЛЛАП СПб	1999
Ю. Лужков и В. Яковлев: социальные позиции в Санкт-Петербурге, сравнительный анализ	Д. Гавра, Н. Соколов, Центр соц. исследований факультета социологии СПбГУ	1999
Расстановка сил накануне старта гонки «Дума-99»	СНИЦ	1999
Социально-структурные координаты губернаторской кампании в Санкт-Петербурге	Л. Кесельман, М. Мацкевич, Центр изучения и прогнозирования социальных процессов	2000
К вопросу о сегментации политического рынка и позиционирования В. Яковлева и В. Матвиенко на выборах губернатора Санкт-Петербурга	В. Карасев, ГЭЛЛАП СПб	2000
Политическое сознание пожилых петербуржцев: опровержение стереотипа единообразия	Д. Гавра, Н. Соколов, М. Мельник, А. Минаков, Центр соц. исследований ф-та социологии СПбГУ	2000
Начало 2000-х: отношение петербуржцев к Америке (США)	Б. Докторов, независимый исследователь	2002
Социально-структурные координаты политического сознания жителей Санкт-Петербурга	Л. Кесельман, М. Мацкевич, Центр изучения и прогнозирования социальных процессов	2002
К проблеме консолидации политической демократии в России	В. Сафронов, Социологический ин-т РАН	2002
Поколенческая трансформация политического сознания	Л. Кесельман, М. Мацкевич, Г. Васильев, Центр изучения и прогнозирования социальных процессов	2002
Российские консерваторы — кто они?	А. Илле, аспирант фак-та социологии СПбГУ	2002

Таблица 5

Публикации в рубрике «Потребительский рынок»

Петербургский рынок хлебобулочных изделий	БизнесЛинк Консалтинг	1997
Санкт-Петербургский рынок фасованной муки	ИФГ «Ленстройматериалы»	1997
Рынок газированных напитков	«ТОЙ-Опинион»	1997
Петербургский рынок рыбы	БизнесЛинк Консалтинг	1997
Рынок рыбных продуктов Санкт-Петербурга	А. Осиик, ИФ «СТОИК»	2000
Петербургский рынок пива	«ТОЙ-Опинион»	1997
Состояние рынка овощей в Санкт-Петербурге и Лен. области	Агриконсалт	1998
Рынок растительных масел	А. Тихонова, БизнесЛинк Консалтинг	1999
Рынок натурального кофе Санкт-Петербурга	«ТОЙ-Опинион»	1998
Российский рынок алкогольных напитков: проблема измерения	Н. Соколов, И. Семак, Центр соц. иссл. факультета социологии СПбГУ	1998
Исследование алкогольного рынка Санкт-Петербурга	Н. Горячева, СПб филиал Ин-та социологии РАН	2000
Можно ли пить заводскую водку?	Г. Шерстнев, Центр исследований и консалтинга ИМИСП	2001
Рынок хрустящей продукции (сухие завтраки и закуски)	Е. Андреева, И. Евсикова, ОАО ПО «Ленстройматериалы»	2001
Рынок продуктов быстрого приготовления Санкт-Петербурга	В. Васильев, «ТОЙ-Опинион»	1999
Рынок маргарина Санкт-Петербурга	А. Кропотов, «ТОЙ-Опинион»	1999
Рынок соков Санкт-Петербурга	А. Кропотов, «ТОЙ-Опинион»	2000
Люблю я макароны (обзор рынка макаронных изделий Санкт-Петербурга)	Е. Андреева, И. Евсикова, ЗАО «Ленстрой-инвест-менеджмент»	2000
Рынок оливок в Санкт-Петербурге	Р. Краснов, «ТОЙ-опинион»	2002
Петербургский рынок майонеза	А. Чагин, ИФ «СНИЦ»	2002

Табл. 5 (окончание)

Петербургский рынок пельменей	А. Кропотов, «ТОЙ-Опiniон»	2002
Рынок товаров для ремонта квартир	«ТОЙ-Опiniон»	1998
Исследование рынка напольных покрытий	Е. Андреева, Управление маркетинга ЗАО «Ленстрой-инвест-менеджмент»	1998
Рынок строительных материалов Санкт-Петербурга	С. Салкуцан, «ТОЙ-Опiniон»	1999
Перспективы использования нетрадиционных строительных материалов на рынке Санкт-Петербурга	Е. Андреева, А. Мендус, ЗАО «Ленстрой-инвест-менеджмент»	2000
Встречают по фасаду... (обзор рынка фасадных красок СПб)	Е. Андреева, Е. Шахаева, ЗАО «Ленстрой-инвест-менеджмент»	2001
Рынок галстуков СПб	РА «Прайм»	1997
Рынок меховых изделий Санкт-Петербурга	Е. Андреева, В. Добрин, ЗАО «Ленстрой-инвест-менеджмент»	1999
Особенности национального рынка одежды	С. Салкуцан, «ТОЙ-Опiniон»	1999
Петербургский рынок стиральных порошков	СНИЦ	1998
Анализ покупательских предпочтений по мебели	БизнесЛинк Консалтинг	1998
Особенности потребительского спроса на мебельном рынке	С. Салкуцан, «ТОЙ-Опiniон»	2000
Обзор рынка косметики Санкт-Петербурга	ИА «Бинк»	1999
Рынок недвижимости Санкт-Петербурга: планы и предпочтения потребителей	Е. Андреева, В. Добрин, ЗАО «Ленстрой-инвест-менеджмент»	2000
Служба «77»: доставка товаров на дом	Е. Андреева, А. Мендус, ОАО «ПО Ленстройматериалы»	2002
Оценка параметров деятельности в сфере коммерческих маршрутных пассажирских перевозок в Санкт-Петербурге	А. Вейхер, ЗАКС СПб; Д. Даугавет, Центр иссл. рыночной среды; Д. Баденко, ВШЭ, СПб филиал	2002

Ну и напоследок в табл. 6 представим публикации, характеризующие в той или иной степени культурную жизнь петербуржцев. Отметим, что в этом направлении активно работала редакция журнала.

В 2001–2002 гг., в преддверии приближающегося юбилея города, у «Телескопа» был совместный исследовательский проект с компанией «Той-Опинион», который назывался «Петербуржцы о городе и горожанах». В нескольких телефонных опросах, проводимых «Той-Опинион», бесплатно вставлялись вопросы по тематике этого проекта, полученные результаты публиковались в журнале.

Интересом пользовался и проект журнала в 1997–1998 гг. по изучению предпочтений горожан при покупках книг, аудио-, видеокассет, компакт-дисков.

Как видно из приведенной таблицы, в изучении проблем культурной жизни горожан активно участвовали социологи, как из академической сферы, так и из вновь возникших независимых исследовательских организаций. Спектр изучавшихся вопросов также достаточно широк: это и размышления об образе города и горожанина, о том, какой Петербург нам нужен; это и исследования круга чтения и включенности населения в театральную и концертную жизнь города и многие другие проблемы.

Подводя итог всему сказанному ранее, можно с определенной уверенностью утверждать, что заявленная в начале статьи цель сохранения и описания повседневной жизни горожан в первые годы издания журнала была выполнена. Опубликованные результаты показывают, какие проблемы волновали петербуржцев, каковы были их политические взгляды и настроения, как они оценивали различные события в жизни страны и города, какие товары покупали, какие средства массовой информации в наибольшей мере влияли на формирование общественного мнения горожан. Нашли отражение на страницах журнала и многие другие факты повседневной жизни населения, которые вряд ли можно будет почерпнуть из других источников. Важно, что во многих публикациях раскрываются особенности поведения и массового сознания не только населения в целом, но и его основных групп: мужчин и женщин, молодых и пожилых, с высшим образованием и без оно, людей с разным социально-профессиональным статусом, разным уровнем доходов и т. д.

Если нашей цивилизации суждено существовать еще какое-то время, то историки именно из данных социологических и маркетинговых исследований будут узнавать, что заботило и тревожило людей, живших в конце прошлого и начале XXI в., какие фильмы они смотрели, какие товары покупали, каковы были их политические предпочтения и многие другие факты повседневной жизни, описание которых станет документальным свидетельством времени. И «Телескоп» внес в эту копилку знаний свой скромный, но все-таки заметный вклад.

Таблица 6

Публикации в рубрике «Культурная жизнь Петербурга»

Рейтинг продаж книг, аудио-, видеокассет, компакт-дисков	А. Илле, редакция журнала	1997, 1998
Юношество и библиотека: грани соприкосновения	В. Ялышева, Российская национальная библиотека	1997
Структура спроса на книги	И. Тимофеева, РА «Прайм»	1998
Петербургцы в театрах, на концертах и выставках	М. Илле, СНИЦ	1998
Увлечения петербуржцев	ИФ «Комкон СПб»	1998
Образ города: эссе к проблеме синтеза наук	Н. Дмитриевская, кафедра социологии и управления персоналом СПбГУЭиФ	1998
Пушкин в нашей жизни	М. Илле, СНИЦ	1999
Петербургцы и культурная жизнь города: десять лет наблюдений	М. Илле, СНИЦ	2000
Санкт-Петербург: в поисках горожанина	Н. Дмитриевская, кафедра социологии и управления персоналом СПбГУЭиФ	2001
Выдающиеся петербуржцы	М. Илле, редакция журнала, Н. Ядов, «ТОЙ-Опинион»	2001
Петербургцы. Откуда мы родом?	М. Илле, редакция журнала, Н. Ядов, компания «ТОЙ-Опинион»	2002
Какой Петербург нам нужен?	В. Ревтова, Социологический ин-т РАН	2002
Идеальные петербуржцы и москвичи в представлении жителей двух столиц	М. Илле, редакция журнала, Н. Ядов, компания «ТОЙ-Опинион»	2002
Петербургская идентичность в прошлом и настоящем	М. Рабжаева, В. Семенов, факультет социологии СПбГУ	2002
Культурный уровень петербуржцев	М. Илле, редакция журнала, Н. Ядов, компания «ТОЙ-Опинион»	2002

Илле Михаил Евгеньевич, независимый исследователь, с 1997 по 2019 г. учредитель, издатель и редактор журнала «Телескоп». Санкт-Петербург, Россия. red_tel@mail.ru

Ille, Mikhail, independent researcher, founder, publisher and editor (1997–2019) of the journal “Telescope”. Saint-Petersburg, Russia. red_tel@mail.ru