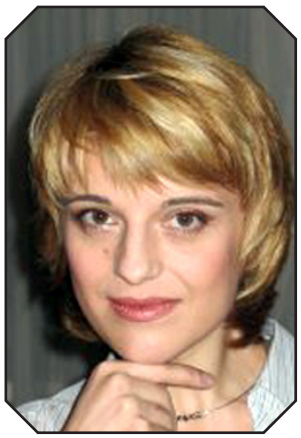
РАСШИРЕНИЕ ГРАНИЦ

Н. В. Богатырь

«Бюджет для граждан»: найти получателя[1]



БОГАТЫРЬ Наталья Викторовна — кандидат исторических наук, старший преподаватель департамента социологии Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». Адрес: 101000, Россия, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

Email: nbogatyr@hse.ru

Статья написана в рамках исследования российского опыта повышения открытости государственного управления и представляет результаты этнографического наблюдения над тем, как в 2013–2014 гг. Рабочая группа Минфина России создавала концепцию упрощённой версии Федерального закона о бюджете, то есть концепцию «Бюджета для граждан», адресованного населению страны. Цель статьи — на отдельном примере показать, как министерства, ведомства и эксперты, вовлечённые в реализацию проектов открытости власти обществу, определяют конечного пользователя и соучастника этих проектов — гражданина. Для этого статья отвечает на три вопроса:

1. *Какая концепция «Бюджета для граждан» была сформулирована Рабочей группой?*
2. *Как Рабочая группа Минфина России определяет «активных граждан», которые могут составить целевые аудитории её нового продукта?*
3. *Как Министерство финансов представляет участие активных граждан в повышении бюджетной грамотности населения?*

Вводная часть представляет международный опыт публикации гражданских бюджетов и рекомендации международных экспертов по их формированию и распространению; во второй части охарактеризована эмпирическая база исследования и коротко обозначены основные направления дискуссии об эволюции гражданства в социальных науках, а затем проанализирован первый опыт Российской Федерации, описаны контексты формирования концепции федерального «Бюджета для граждан» и выделены основные этапы поиска министерством целевых групп, которые могли бы стать активными «читателями» этого документа и распространителями знаний о бюджете. В заключении сделан вывод о том, что понимание активного гражданства, сформулированное министерством, оказалось гораздо ближе к идее Мишеля Каллона об «экономическом человеке 2.0», чем к классическому определению гражданина как активного члена локального сообщества.

Ключевые слова: бюджет для граждан; бюджетная грамотность; граждане; потребители; пользователи; молодёжь; целевые группы; открытое госуправление.

[1] Статья подготовлена при поддержке гранта Правительства Российской Федерации (договор № 14.U04.31.0001, Европейский университет в Санкт-Петербурге, ведущий учёный — профессор Марио Биаджоли).

Для многих стран последние десятилетия стали временем пересмотра роли государства в экономике. Неолиберальные реформаторы и их правительства не только ищут новые теории и практики проведения реформ, но и создают языки описания и обоснования своих инноваций для бизнеса, рынков и граждан. Изучение национальных теорий, практик и риторики неолиберазима всё чаще привлекает социальных исследователей, интересующихся хитросплетениями глобального и локального.

Эта статья написана в рамках исследования российского опыта повышения открытости государственного управления и представляет результаты этнографического наблюдения над тем, как в 2013–2014 гг. Рабочая группа Минфина России создавала концепцию федерального «Бюджета для граждан», или концепцию упрощённой версии Федерального закона о бюджете, распространяемой в Интернете и адресованной населению страны. Возможно, одна из главных особенностей российских проектов открытости власти заключается в том, что глобальная *идея* открытого госуправления (*open government*) воплотилась здесь в особой *организационной форме*, которая получила название «Экспертный совет при Правительстве Росийской Федерации», или «Открытое правительство».

Открытое правительство — это посредническая площадка между правительством, федеральными и региональными органами исполнительной власти (ФОИВ и РОИВ) и гражданским обществом в лице экспертов, готовых включиться в обсуждение планов и деятельности министерств и ведомств или войти в состав их общественных советов и рабочих групп. Отношения с правительством поддерживаются через министра и Правительственную комиссию по координации деятельности Открытого правительства; с экспертами от бизнеса, промышленности и науки — через проектный офис, где проводятся обсуждения. И самыми неопределёнными остаются связи с обычными гражданами, поддерживаемые с помощью медиа. Тем не менее иногда, как в случае с «Бюджетом для граждан», экспертам и ведомствам приходится обращаться к сложным вопросам об изменяющейся природе гражданства в глобализирующемся мире, над которыми десятилетиями бьются представители академической науки.

Цель этой статьи — на примере «Бюджета для граждан» показать, как органы исполнительной власти и эксперты, вовлечённые в реализацию проектов открытости власти обществу, определяют их конечного пользователя и соучастника — гражданина.

Для этого я постараюсь ответить на три вопроса:

1. Какая концепция «Бюджета для граждан» была сформулирована Рабочей группой?

2. Как Рабочая группа Минфина России определяет «активных граждан», которые могут составить целевые аудитории её нового продукта?

3. Как Министерство финансов представляет участие активных граждан в повышении бюджетной грамотности населения?

В первой, вводной, части я представлю международный опыт публикации гражданских бюджетов и рекомендации экспертов по их формированию и распространению; во второй части опишу эмпирическую базу исследования и коротко обозначу основные направления дискуссии об эволюции гражданства в социальных науках, а затем проанализирую первый опыт Российской Федерации, расскажу о контекстах формирования концепции федерального «Бюджета для граждан» и выделю основные этапы поиска министерством целевых групп, которые могли бы стать активными «читателями» этого документа и распространителями знаний о бюджете.

Понятие «бюджет для граждан»: вместо введения

Понятие «бюджет» является сложным и в зависимости от контекста использования может означать закон, план доходов и расходов, финансовый фонд или инструмент. В этой статье я буду говорить о бюджете как о законе — *финансовом документе*, в котором описаны планируемые, утверждённые или фактические доходы и расходы страны. Ведомства, управляющие общественными финансами, составляют бюджеты для своей повседневной работы, поэтому прочесть такой документ (как любой специализированный текст) может далеко не каждый. В то же время сторонники идеи открытости государственного управления считают, что рядовой гражданин, который как налогоплательщик принимает участие в наполнении бюджета, имеет право знать, на что расходуются его средства[2]. Финансовые ведомства многих стран уже раскрывают данные о планируемых, утверждённых или фактических доходах и расходах в форме *открытых бюджетов* (open budgets)[3], но такая информация, даже будучи размещённой в Интернете, не всегда является доступной и понятной широкому кругу читателей.

«Перевод» открытых данных о бюджете с финансового языка на языки повседневной жизни обычных людей получил название «*гражданский бюджет*», или «*бюджет для граждан*» (citizens' (guide to the) budget; people (civil, public) budget). Обычно это документ или иной информационный ресурс, который в понятной форме раскрывает гражданину данные о планируемых, утверждённых или фактических доходах и расходах в интересующих его областях. Иногда он также предусматривает возможность учебно-экспериментального балансирования бюджета с помощью различных тренажёров — калькуляторов и симуляторов.

Международное бюджетное партнёрство (The International Budget Partnership) включает гражданский бюджет в число ключевых финансовых документов страны, но не обязывает государства публиковать его. Как правило, упрощённые бюджеты создаются на основе Проекта бюджета или Принятого бюджета, а в некоторых странах (например, в США) на основе Отчёта об исполнении бюджета [Petrie, Shields 2010]. Главным источником информации о международных практиках их публикации является «Обзор открытости бюджета» («Open Budget Survey»)[4] — исследование, которое, начиная с 2006 г., раз в два года проводится в рамках глобальной программы повышения доступности и прозрачности бюджетных систем («Open Budget Initiative»). По данным 2012 г., гражданские бюджеты государства публикуют намного реже, чем другие финансовые документы. Например, Проект бюджета, наиболее важный документ, публиковали 79 из 100 участников, а гражданский бюджет — только 26.

Исследователи отмечают рост заинтересованности участников в раскрытии своей финансовой политики гражданам, который в немалой степени подстёгивается самим «Обзором...»: если в 2010 г. бюджету

---

2 Вот, например, как выразил эту позицию министр Российской Федерации М. А. Абызов: «…Мы ставим перед собой задачу создать возможность для граждан сравнивать качество бюджета… объём бюджетных расходов, эффективность бюджетных расходов от субъекта Федерации к субъекту Федерации, от муниципалитета внутри субъекта Федерации — к муниципалитету. В том числе для того, чтобы активизировать людей за счет этого сопоставления на гражданскую активность и общественный контроль, не забывая всегда самое главное. Потому что этот бюджет — это не наш бюджет, это их бюджет, бюджет налогоплательщиков. Культуры гражданской активности и самоидентификации гражданина как налогоплательщика на сегодняшний день мы не создали. И задача вот этого продукта («Бюджета для граждан». — *Н. Б.*) — создать такую культуру: я — гражданин-налогоплательщик, я — активный участник этого процесса, а не сторонний наблюдатель… с позицией: "Вы там разберитесь, и мне сами детский садик постройте!"» (выступление на круглом столе «Гражданские инициативы и вовлечение граждан в открытый бюджет», 09.09.2014 г.; полевые материалы автора).

3 Открытый бюджет — это информация о бюджете, представленная в виде «открытых данных» (больших массивов информации в машиночитаемых форматах).

4 Отчёты о проведённых исследованиях доступны по адресу: URL: http://internationalbudget.org/what-we-do/open-budget-survey/

для граждан был посвящён только один из 92 вопросов «Анкеты для оценки открытости бюджета» (вопрос 109 о детализации раскрываемой информации), то в 2012 г. их стало четыре из 95 (вопросы 109–112). Новые вопросы оценивают степень вовлечённости общественности в подготовку бюджета для граждан, пути его распространения и создание понятного представления информации для каждого из этапов бюджетного цикла.

Единых норм и требований к упрощённым бюджетным документам нет, но по итогам анализа данных «Обзора открытости бюджета» международные эксперты уже сформулировали общие рекомендации по составлению, представлению и распространению «бюджетов для граждан», которые учитываются национальными разработчиками[5].

1. Рекомендации по составлению «бюджета для граждан»:

— составляется как отдельный и самодостаточный документ, понятный максимально широкой аудитории без привлечения дополнительных источников;
— предусматривает возможность лёгкого и быстрого доступа к дополнительным сведениям для заинтересованных пользователей;
— в многонациональных государствах публикуется на разных языках.

2. Рекомендации по представлению «бюджета для граждан»:

— представляется ведомством, отвечающим за управление общественными финансами, и (или) органом исполнительной власти;
— фокусируется на целях и содержании бюджета;
— раскрывает только существенные вопросы;
— предоставляет точные, надёжные и заслуживающие доверия данные;
— представляет информацию в понятных терминах, с помощью простых и эффективных графиков, диаграмм, а также сравнительных данных по результатам предшествующего бюджетного года.

3. Рекомендации по распространению «бюджета для граждан»:

— распространяется одновременно с передачей правительством годового бюджета в органы законодательной власти, чтобы граждане могли понимать планы правительства, участвовать в их обсуждении и влиять на рассмотрение бюджета законодателями;
— в распространении задействуются разные медиа, с учётом специфики раскрытия ими информации о бюджете, их доступности для разных целевых групп и уровня финансовой грамотности населения[6];
— в число распространителей и комментаторов включаются социальные службы, независимые эксперты, различные неправительственные организации, релевантные социальные группы.

Упрощение бюджетной информации — это эмансипационный и просветительский проект, поэтому самыми активными его участниками являются развивающиеся страны и молодые государства. Так, в 2012 г. бюджеты для граждан представили Афганистан, Ботсвана, Бразилия, Гватемала, Гондурас, Индия, Индонезия, Казахстан, Кения, Мали, Марокко, Мексика, Сальвадор, Словакия, Таиланд, Тан-

[5] См. подробнее: [Petrie, Shields 2010].

[6] В Бразилии публикация «бюджета для граждан» в Интернете сопровождается циклом радиопередач «Moment Budget», набором на онлайн-курсы Министерства планирования, бюджетирования и управления «The Virtual School of the Federal Budget Secretariat» (SOF), выпуском буклета и обновлением сайта для детей «Public Budget Primer for Children».

зания, Уганда, Чили, Южная Африка и Южная Корея. Во многих из них доля детей и молодёжи (в возрасте 14–30 лет) в составе населения близка к половине, поэтому задачи обучения, повышения общего уровня грамотности, поиска средств упрощения и визуализации данных, создания эффективных образовательных методик и каналов доставки информации до широких слоёв населения выходят для правительств и неправительственных организаций таких государств на первый план.

Ещё одна группа стран, в той или иной форме публикующих бюджет для граждан, — это мировые лидеры (Великобритания, Италия, Новая Зеландия, Норвегия, Франция, Швеция)[7], в которых уровень образования достаточно высок, а доля молодёжи неуклонно сокращается. В то же время в составе населения этих государств растёт доля мигрантов. Даже в небольших городах возникает множество этнических и религиозных общин, активистских сообществ и соседских объединений.

Ситуации в странах первой и второй групп заметно отличаются, поэтому национальные разработчики «бюджетов для граждан» по-разному расставляют акценты, создавая свои продукты. Так, в развивающихся государствах больше внимания уделяется следующему:

— правам человека;
— контролю над расходованием бюджетных средств;
— обучению, которое рассматривается как основная стратегия вовлечения граждан.

Примеры национальных практик «Бюджета для граждан»: Южная Африка

Казначейство Южной Африки одним из первых начало публикацию «народного бюджета» («People Budget»): с 2000 г. — на английском языке, с 2008 г. — на других официальных языках страны (африкаанс, зулу, тсвана, коси, свати). Всё это время разработчики «народного бюджета» придерживались двух принципов:

преобладание словесного объяснения над цифровым представлением данных (документ в первую очередь просвещает, во вторую — информирует);

компактность (документ умещается на двух–четырёх страницах, его легко превратить в листовку, постер, мини-брошюру для распространения в тех регионах, где у значительной части населения ограничен доступ к Интернету).

В то же время разработчики много экспериментировали: подбирали способы презентации бюджетных данных, использовали социальную рекламу, налаживали обратную связь с адресатами и т. д. По южноафриканским бюджетным путеводителям можно оценить рост финансовой грамотности населения. Их сложность заметно возросла, но для представления ключевых мероприятий финансовой политики государства, направленных на обеспечение равного доступа к общественным благам, по-прежнему используются понятные, броские заголовки: «Развитие инфраструктуры для экономического роста и улучшения жизни людей»; «Повышение качества жизни для всех южноафриканцев»; «Качественная медицинская помощь для всех»; «Образование — ключ к борьбе с бедностью». В последнее время «народные бюджеты» также информируют южноафриканцев о планируемых изменениях в бюджетной политике на ближайшие три года по нескольким направлениям: расходы, налоги, пенсии и пособия.

[7] В тех из них, которые являются парламентскими конституционными монархиями, в названиях упрощенных версий бюджета слово citizen, как правило, не используется.

Приоритетами «старых» развитых стран являются:

— бюджетные ассигнования;
— социальная справедливость;
— участие активных соседских объединений в контроле качества использования доступных ресурсов[8].

Примеры национальных практик «Бюджета для граждан»: Великобритания

«Общий обзор бюджета» («A High-Level Overview of the Budget») Соединённого Королевства содержит не более 600 слов. Он размещён на правительственном портале и состоит из трёх частей: «Экономика и общественные финансы»; «Рост» и «Справедливость». «Общий обзор…» ориентирован на ограниченное число целевых аудиторий: во-первых, на жителей регионов страны, во-вторых, на одну-две категории получателей бюджетных средств или льгот, которым государство планирует уделить особое внимание в текущем и (или) предстоящем бюджетном цикле. Большую часть информации пользователи получают через инфографику, которая выполнена так, что может быть легко преобразована в постеры о бюджете для целевых аудиторий. Дополнительную информацию к «Общему обзору…», освоение которой требует значительных временны́х затрат, граждане могут найти по ссылкам (о налогах — на странице Комитета монетарной политики, о проблемах экономического роста — на странице Казначейства (Her Majesty's Treasury)). Иногда это довольно сложные, многостраничные документы.

Отличительными особенностями большинства национальных бюджетов для граждан являются их краткость и компактность. Как правило, разработчики выделяют три-четыре ключевых направления бюджетной политики, непосредственно затрагивающих интересы всех или больших групп граждан, и только содержание этих направлений раскрывают в доступной форме. Инициаторами таких проектов чаще всего оказываются органы исполнительной власти, заинтересованные в повышении международного рейтинга страны. Альтернативные «бюджеты для граждан», которые могут соперничать с официальными, иногда создают независимые исследовательские центры. Как правило, они публикуют свои версии одновременно с передачей правительством проекта бюджета в органы законодательной власти, чтобы привлечь внимание к проблемам наименее защищённых групп. Так, подобный опыт есть у филиала Института экономики (The Institute of Economic Affairs) в Кении[9], у организаций гражданского общества Республики Уганда[10] и др.[11].

---

8 На эти различия интересов публики развитых и развивающихся стран исследователи уже обращали внимание: см., например, описание эксперимента по мониторингу местного бюджета, проведенного в 2012–2013 гг. нидерландской неправительственной организацией «Центр мониторинга бюджета и гражданского участия» (The Centre for Budget Monitoring and Citizen Participation) и бразильскими исследователями из Института социоэкономических исследований (Institute of Socioeconomic Studies, INESC) в Индийском квартале (Indische Buurt) г. Амстердама (URL: http://rozenbergquarterly.com/budget-monitoring-and-citizen-participation-in-the-netherlands/).

9 См. URL: http://www.thinktankinitiative.org/sites/default/files/IEA-Kenya%20Alternative%20budgeting%20for%20transparency%20and%20inclusivity.pdf

10 См.: Citizen's Budget: The Civil Society Alternative Budget Proposals FY 2013/14 — FY 2017/18. URL: http://www.csbag.org/docs/Citizens_Budget_FY2013_14.pdf

11 В России предпринималась попытка создания «социальной технологии "Прозрачный бюджет"», предназначенной для вовлечения представителей гражданского общества в бюджетный процесс. URL: http://www.transparentbudget.ru/rus/transparency.htm (см. также: [Виноградова 2008]).

«Бюджет для граждан»: случай Российской Федерации

В 2012 г. Российская Федерация вошла в десятку ведущих стран в рейтинге Международного бюджетного партнёрства по Интегральному показателю прозрачности информации о государственных финансах (Open Budget Index), а также в число стран с наибольшим увеличением Индекса открытости бюджета за последние восемь лет:

2006 г. — 48 баллов (из 100);
2010 г. — 60 баллов (из 100);
2012 г. — 74 балла (из 100).

Существенный рост в рейтинге 2014 г. России могли бы обеспечить разработка и публикация бюджета для граждан. В 2013 г. необходимость его подготовки была отмечена в Бюджетном послании Президента (пункт 9 раздела II), а затем — в поручении Правительства Российской Федерации от 15 июня 2013 г. № ДМ-П13-4118 (пункты 18–19), данном Минфину, Минэкономразвития и министру Российской Федерации М. А. Абызову и руководителям органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации.

> С 2013 года на всех уровнях управления следует регулярно публиковать (размещать в сети «Интернет») брошюру «Бюджет для граждан». Это даст возможность в доступной форме информировать население о соответствующих бюджетах, планируемых и достигнутых результатах использования бюджетных средств.
> Публикуемая в открытых источниках информация позволит гражданам составить представление о направлениях расходования бюджетных средств и сделать выводы об эффективности расходов и целевом использовании средств.
>
> *Источник:* Бюджетное послание Президента Российской Федерации о бюджетной политике в 2014–2016 годах, 13 июня 2013 г. № Пр-1308.

> Совместно с экспертным сообществом проведите обсуждение проекта «Бюджет на 2014 год и на плановый период 2015–2016 годов для граждан» с учетом пункта 9 раздела II Бюджетного послания Президента Российской Федерации о бюджетной политике в 2014–2016 годах и о результатах доложите в Правительство Российской Федерации в срок до 13 сентября 2013 г.
> Обеспечьте регулярную публикацию (размещение в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет») брошюры (информационного ресурса) «Бюджет для граждан».
>
> *Источник:* Поручение Правительства Российской Федерации от 15 июня 2013 г. № ДМ-П13-4118.

Таким образом, «бюджет для граждан» призван стать массовым источником информирования населения, что для руководства страны означает — электронным ресурсом. Ясно и то, что бюджет для граждан нужен Правительству и Министерству финансов, чтобы достойно ответить на Бюджетное послание Президента и занять высокое место в международных рейтингах открытости. Вопросы *кто такие граждане, какое место занимают в их жизни новые технологии* и *нужен ли им понятный бюджет*, гораздо сложнее, чем публикация открытых данных, и, как показал первый российский опыт создания упрощённой версии федерального бюджета, именно эти вопросы стали основными для Минфина и привлечённых к работе экспертов.

На примере обсуждений того, каким должен быть «Бюджет для граждан», я постараюсь показать, как министерство, отвечающее за финансы, и привлечённые им эксперты представляют себе современного гражданина, а также то, какое место в этом понимании гражданства отводится экономическому знанию, технологиям и социальным связям. Многие понятия (такие, как «гражданство», «сообщество», «общественность», «публика», «народ») входят как в общие словари, так и в политические, бюрократические и научные, характеризуясь при этом расплывчатостью и подвижностью значений. Прежде чем анализировать усилия Минфина России по стабилизации смыслов, мне хотелось бы обратить внимание на некоторые аспекты научной дискуссии о трансформации понятия «гражданство».

Гражданин и (или) потребитель?

В течение нескольких десятилетий представители различных дисциплин обсуждают, как глобализация, политическое, экономическое и технологическое развитие изменяют содержание понятий «гражданин» и «гражданство»[12]. В своих рассуждениях исследователи часто обращаются к на первый взгляд принадлежащим другому дискурсу понятиям «потребитель» и «потребление» [Trentmann 2004; 2007]. Одни (те, кто склонен рассматривать развитие как стадиальный процесс или смену культурных типов) утверждают, что последние сто лет гражданин (человек *политический*, тесно связанный с государством и локальным сообществом отношениями прав и обязанностей) вытесняется потребителем (человеком *экономическим*, у которого нет необходимости быть членом сообщества или действовать от его имени)[13] [Gabriel, Lang 2006: 173–174]. Другие отмечают постепенное размывание границ между политическим и экономическим и появление новых гибридных форм, таких как «гражданин-потребитель». Третьи полностью отказываются от противопоставления политического и экономического, полагая, что происходящие изменения в понимании гражданства — это следствие того, что политическая вовлечённость переносится из сферы производства в сферу потребления (то есть туда, где современный человек способен оказывать большее влияние [Scammell 2000: 351–352]) и выбор сегодня зачастую является как политическим, так и экономическим действием [Schudson 2006].

Ещё недавно исследователи проводили чёткую границу между гражданским и потребительским выбором, считая отличительными особенностями первого чувство ответственности и оценку альтернатив. Они связывали понятие «гражданство» с «непосредственным ощущением членства в сообществе, основанном на лояльности к цивилизации, которая является общей собственностью» [Wexler 1990: 169]. В последние годы исследователи всё чаще пишут о том, как политическая риторика меняет характер потребительского выбора. С одной стороны, в 1980–1990-х гг. «левые» расширили понятие «потребитель» с помощью популяризации дискурса «социально ответственного потребления», осуществляемого индивидом, который учитывает публичные последствия своего приватного потребления или пытается использовать свою покупательскую способность для достижения социальных изменений [Webster 1975: 188]. Таким образом, идея заключалась в том, чтобы «подправить» эгоистичного потребителя, связав его «гражданскими» обязательствами с другими людьми. Эту идею с готовностью подхватили неолейбористские правительства, которые активно поддержали «сверху» распространение потребительских групп. Политизация потребителя стимулировалась риторикой подотчётности и про-

[12] Историографы справедливо отмечают, что экономисты и политологи в меньшей степени склонны следить за ходом этих дискуссий за пределами собственных дисциплин. Представители относительно новых полей (таких, например, как исследования организаций или медиа) стараются формировать более цельный взгляд, обсуждая позиции социологов, антропологов, историков, лингвистов и др. Примером последнего подхода может служить следующая работа: [Gabriel, Lang 2006: 172–186].

[13] Американский социолог Филипп Рифф видел смену культурных типов (человек религиозный — человек политический — человек экономический — человек психологический) как путь последовательной автономизации человека, его высвобождения от оков сообщества: таким образом, в понимании этого исследователя, человек экономический не является пределом индивидуализации [Узланер 2007].

зрачности, которую использовали сторонники дерегулирования экономики. Адам Бёрджесс связывает с реформами расцвет в Великобритании культуры жалоб, не характерной для страны в предыдущие периоды. Потребительские организации и многие юристы расценивали жалобы как позитивные и конструктивные акты гражданской ответственности, которые способны повысить уверенность потребителей в отстаивании своих прав, вовлечённость общественности в сфере потребления, улучшить оказание услуг в будущем. Бёрджесс менее оптимистичен: для него рост популярности потребительских сообществ — это свидетельство формирования культуры общественного недоверия власти, бизнесу и продукту, и главное право, которое отстаивают потребители, это право на то, чтобы власти «считались с их страхами» [Burgess 2001: 110]. С другой стороны, «правые» пытались обновить образ «потребителя», используя риторику ложных «выборов» и голосования, через которую рыночный дискурс постепенно вобрал в себя политический. Граждане были переопределены как покупатели, чей голос помогает создавать и поддерживать новые публичные пространства (торговые зоны, центры, магазины). В то же время это разрушило старый политический принцип «один гражданин — один голос», позволив тому, кто делает больше покупок, голосовать многократно [Gabriel, Lang 2006]. В наибольшей степени маркетизация затронула социальную сферу. Принципы потребительского выбора и индивидуальной ответственности вытеснили идею универсальных прав на здравоохранение, образование и пенсионное обеспечение. Для многих критиков идеологии «новых правых» умывающее руки англо-американское государство с его рыночно ориентированной политической повесткой и ставкой на индивидуальную ответственность знаменует закат подлинного гражданства. Так, сын знаменитого социолога, журналист Дэвид Рифф применительно к США утверждает: «К добру или к худу (вероятно, к тому и другому), наша культура — это культура консюмеризма и спектакля, вещей, а не идей» [Rieff 1993: 63]. Многие потребительские организации второй волны приняли неолиберальную идею о том, что государство не способно к эффективной экономической деятельности, идёт ли речь о поддержании транспортной сети, здравоохранении или промышленности. Одновременно с осознанием особой роли технологий для формирования потребительских сетей и ассоциаций исследователи заговорили о появлении «критически настроенного гражданина-потребителя» [Dahlgren 2003], а затем — о «политическом консюмеризме», отразившем дальнейшую эволюцию в понимании гражданства [Martin 2009]. Если «социально ответственное потребление» в большей степени характеризовало выбор, основанный на этических соображениях, то «политический консюмеризм» — скорее, на политических суждениях. Некоторые исследователи утверждали, что в политическом консюмеризме соединились индивидуальное (потребительское) и коллективное (гражданское) действия [Micheletti, Follesdal, Stolle 2003].

Четвёртая группа авторов проблематизирует само разделение на производство и потребление. Особенно быстро растёт число эмпирических исследований «производящего потребления» в сфере информационно-коммуникационных технологий[14].

На мой взгляд, сегодня главными источниками поддержания дискуссии о гражданстве в западной историографии остаются, с одной стороны, неолиберальные реформы и их последствия (прежде всего, изменяющееся соотношение взаимных прав и обязанностей государства и гражданина) и, с другой стороны, повышение роли информационных технологий, новых медиа, мобильных устройств и приложений в различных областях жизни государства и гражданина (от оказания государственных услуг в электронной форме до организации политических протестов с помощью Facebook). В рамках «технологического» направления дискуссии эволюция гражданства предопределяется быстро меняющимися представлениями о политической коммуникации [Ward, Vreese 2011].

[14] Наибольшее внимание здесь привлекают различные формы онлайн-краудсорсинга в создании интернет-контента, в научных исследованиях и т. п. По мнению Ника Колдри, в таком производстве стирается искусственно проведенная в 1960-х гг. граница между языками рынков и политики. Колдри вводит понятия «распределенный “гражданин”» (*dispersed «citizen»*) и «рассредоточенное символическое производство» (*dispersed symbolic production*), в которое включается и распространение информации [Couldry 2004: 24].

Отмечу недавно высказанное в антропологическом сообществе понимание и неолиберальной теории, и неолиберальной практики как «действительно существующих» (и нуждающихся в этнографическом описании) процессов, разворачивающихся в конкретных пространстве и времени [Goldstein 2012: 305][15].

Из отдельных исследований теорий и практик современного гражданства хочу обратить внимание на два проекта, интересных мне в сравнительном отношении. Оба основаны на британских кейсах и условно могут быть отнесены к полю исследований медиа.

Первый проект выполнен в рамках дискурс-аналитического подхода Норманна Фэркло и анализирует риторику нового ведомства — Министерства связи (Office of Communications, или Ofcom) — о своих целевых аудиториях [Livingstone, Lunt, Miller 2007a; 2007b]. Ofcom — это регулятор, который был создан как посредник между государством, бизнесом, промышленностью и населением для защиты в медийном пространстве интересов двух целевых групп — «граждан» и «потребителей» после принятия Соединённым Королевством в 2003 г. Закона о коммуникации (Communications Act 2003). Дискурс-анализ различных документов Ofcom, публичных выступлений и интервью с сотрудниками этого ведомства показал, что определить гражданство и выделить подлежащие защите общественные интересы граждан оказалось значительно труднее, чем обозначить интересы потребителей медиапродуктов. Как следствие, две самостоятельные целевые аудитории в риторике и официальных документах Ofcom довольно быстро соединились в одну — «гражданин-потребитель» (*citizen-consumer*), которая вобрала в себя характеристики различных групп потребителей медийного контента и сервисов (аудиторий, зрителей, слушателей, клиентов, потребителей, пользователей, конечных пользователей и проч.), что повлекло за собой сужение смыслов, вкладываемых ведомством в понятия «общество — публика» и «общественное — публичное», и утверждение того, что интересы потребителя полностью включают интересы гражданина. Исследователи отмечают, что «гражданин-потребитель» Ofcom — это медийно компетентный индивид, который знает свои потребности, выбрал жизненные ориентиры, выстроил отношения в сообществе и готов принимать ответственность за свои выборы и действия. Гражданам-потребителям нужна лишь небольшая помощь регулятора, чтобы преодолеть исключённость отдельных групп, повысить медийную грамотность и т. п. [Livingstone, Lunt, Miller 2007a: 633]. Эволюция в понимании медийной грамотности (*media literacy*), обязательство продвижения которой законодательно закреплено за Ofcom, — ещё одна тема, неоднократно привлекавшая внимание исследователей (из недавних работ см.: [Wallis, Buckingham 2013]). Идея непрерывного обучения оказалась тесно связана с повесткой рыночно ориентированных реформ во многих странах (см., например: [Axford, Seddon 2006]), что находит подтверждение и в случае российского проекта «Бюджет для граждан», где содействие повышению бюджетной грамотности населения рассматривается как одно из приоритетных мероприятий Минфина России, который, впрочем, как и Ofcom, не обладает реальной властью заставить образовательные учреждения реализовывать такие программы [Wallis, Buckingham 2013: 538].

Второе исследование рассматривает отношения власти в проектах вовлечения граждан в инициативы органов муниципального управления на примере пилотного исследования интернет-форумов двух больших городов [Barnes et al. 2003]. Как правило, подобные форумы создаются с намерением прео-

[15] Подробнее о современной антропологической дискуссии о неолиберализме см.: [Kingfisher, Maskovsky 2008; Bockman 2012; Collier 2012; Wacquant 2012; Jessop 2013; Hilgers 2013]. Безусловно, не только антропологи отстаивают идею множественности современных капитализмов: так, в рамках менеджериальных исследований высказывалась идея о том, что «капиталистические общества не одинаковы; имеют резко отличающиеся культуры и понятия о правах, сообществе и индивидуализме (короче — о гражданстве)» [Hampden-Turner, Trompenaars 1993] (цит. по: [Gabriel, Lang 2006: 180]). Сходные мысли о множественности гражданства, о том, что «словари гражданства и их смыслы различаются в зависимости от социального, политического и культурного контекста и отражают историческое наследие», высказывались представителями феминистской критики [Lister 2003: 3; Jubas 2007: 231–254] и др.

долеть социальную исключённость отдельных групп, но практики формирования участников и выстраивания их диалога с представителями власти далеко не всегда соответствуют этой цели [Barnes et al. 2003: 381]. Поскольку исследователи придерживались конструкционистского подхода, они сосредоточились на анализе того, как на изучаемых ими интернет-форумах обсуждаются и выстраиваются концепции «общества» и «публики», как происходит утверждение легитимности членства и представления интересов отдельных групп, как формируются практики вовлечённости и исключённости. Исследование показало, что и группы, созданные инициативой «сверху», и группы, формирующихся стихийно «снизу», вынуждены держаться институциональных рамок и концепций членства, определённых официальными властями. И хотя иногда участникам удавалось сформировать идентичность, разделяемые практики и чувство истории группы, исследователи не смогли оценить устойчивость этих групп за пределами интернет-форумов.

В обоих случаях представители официальных властей имеют (или полагают, что имеют) дело с гибридными гражданами-потребителями, вооружёнными старыми и новыми технологиями (и думают о том, как сделать их более эффективными — с помощью технологий).

Со стороны теории интересные суждения об этой гибридности в последнее время были сделаны Мишелем Каллоном в его работах, направленных на создание нового исследовательского поля на стыке акторно-сетевой теории и экономической социологии (см.: [Callon 1998a; 1998b; 2007; 2008] и др.). Большинство из этих суждений перекликаются или радикализуют идеи, высказанные представителями смежных дисциплин. Так, например, учёный предлагает отказаться от попыток разграничения политического и экономического, сосредоточившись на изучении их взаимного соконструирования и роли, которую в этом процессе играют технические науки [Callon 2007]. Политизация и (или) экономизация технических наук, по мнению Каллона, приводит к появлению распределённой человеческой агентности, в которой, помимо человека, материальных элементов, текстов, дискурсов, компетенций, навыков и общепринятых практик, огромная роль отводится технологиям (и связям[16]). Эта гибкая, изменчивая распределённая агентность, которую Каллон называет STA (Socio-Technical Agencement — социотехническое агентство, СТА) [Callon 2007: 143], позволяет современному человеку быть успешным экономическим субъектом, приспособленным к определённым условиям[17]. И если типичного экономического агента Каллон рассматривает как *инвалида*, человека с ограниченными возможностями, то в СТА он видит современного «человека экономического», чьё существование стало реальным благодаря технологическим *протезам*, позволяющим ему максимизировать прибыль и эффективно преследовать свои интересы. «Свои» интересы для СТА в таком его понимании выходят за границы индивидуальных и представляют, скорее, интересы социотехнической сети (или сетей), в которые включён экономический агент. Чтобы объяснить, как сейчас развивается социальное и (или) экономическое, Каллон расширяет понятие «экстерналии», или «переполнения» (*overflowings*). Если для экономистов экстерналии представляют собой действия с негативными последствиями, которые без каких-либо компенсаций затрагивают людей, не принимающих решений, то для Каллона переполнения могут сопровождаться позитивными побочными эффектами (такими, например, как случайные открытия в медицине) [Callon 2007: 144–145].

Как эти размышления французского социолога технологий помогут нам понять работу экспертов и Министерства финансов над проектом упрощённого федерального бюджета? Я предлагаю взглянуть на эту работу как на одно из «переполнений» неолиберального курса, в соответствии с которым для повы-

[16] М. Каллон, как и другие представители акторно-сетевой теории, не отдаёт предпочтения социальным связям в качестве предмета социологического анализа.

[17] К «экологическим нишам», как иронично замечает Каллон. Мы могли бы сказать — к локальным теориям и практикам неолиберализма.

шения эффективности рынков государственную информацию необходимо открывать бизнесу и потребителю. Напомню читателю, что публикация «Бюджета для граждан» государствами — участниками исследования открытости бюджетов не является обязательной; скорее, это побочный продукт раскрытия основных финансовых документов страны (или, как метко сказал один из руководителей Минфина России, «документ-спутник» Закона о бюджете). Неолиберальный режим отводит гражданину-потребителю роль вовлечённого экономического агента и соуправленца, которая обычному человеку не под силу. Как следствие, возникает задача оснастить гражданина, дав ему недостающие компетенции, знания, инструменты, чтобы он мог соответствовать ожиданиям государства и рынков[18]. Однако оснастить можно далеко не каждого: всегда найдутся те, кто не может или не хочет быть активным агентом. С такой точки зрения, «Бюджет для граждан» — это протез, с помощью которого эксперты и Минфин пытаются создать активного гражданина-потребителя бюджетной информации (или, на языке М. Каллона, новое СТА)[19].

Эмпирическая база и метод исследования

Даже активным гражданам сложно сформулировать потребность в упрощённом федеральном бюджете и согласовать «техническое задание» для органов исполнительной власти. Отдельному министерству также непросто найти эффективные способы получения такого запроса от гражданского общества, поэтому в июле 2013 г. при Минфине России была сформирована Рабочая группа по бюджету для граждан, в которую вошли почти 40 человек (представители Минфина, Минэкономразвития, Минрегиона[20], Минкомсвязи, Аналитического центра при Правительстве Российской Федерации, финансовых органов субъектов Российской Федерации и экспертного сообщества[21]). Мне довелось чуть больше года (в июле 2013 г. — ноябре 2014 г.) осуществлять координацию деятельности этой группы со стороны Открытого правительства — новой для России организационной структуры, которая была создана как дискуссионная площадка, где сотрудники органов власти и эксперты встречаются и обсуждают актуальные проблемы государственной политики и управления. Целью группы стала разработка первого понятного для граждан бюджета: сначала на основе «Проекта Федерального закона о федеральном бюджете на 2014 год и на плановый период 2015 и 2016 годов», а затем — Федерального закона от 2 декабря 2013 г. № 349-ФЗ «О федеральном бюджете на 2014 год и на плановый период 2015 и 2016 годов».

Очная работа группы проходила в нескольких форматах: заседания основного состава в Минфине России; расширенные заседания с привлечением экспертов, средств массовой информации и чиновников федерального и регионального уровней в Доме Правительства; круглые столы в Аналитическом центре при Правительстве и Проектном офисе Открытого правительства. На этапе постановки задачи создания «бюджета для граждан» обсуждалась возможность запуска этого проекта как краудсорсингового. Полноценно реализовать его в таком виде не удалось[22], хотя был проведён публичный конкурс «народных» разработчиков, в котором могли принять участие региональные и муниципальные финорганы, а

---

18 Не случайно в федеральных органах исполнительной власти активно переосмысливается их роль во взаимоотношениях с региональными органами исполнительной власти: министерства всё чаще позиционируют себя как «собирателей» и распространителей лучших региональных практик.

19 Конечно, само министерство расценивает эту свою работу как поиск уже существующих целевых групп, которые нуждаются в знаниях о бюджете.

20 Министерство регионального развития упразднено Указом Президента в сентябре 2014 г.

21 Главным образом сотрудников разнообразных центров прикладных экономических исследований.

22 Краудсорсинговую модель сложно интегрировать в проекты открытости государственного управления, так как ответственность за реализацию этих последних лежит на органах исполнительной власти, которые действуют в жёстких рамках исполнения правительственных поручений.

также юридические и физические лица[23]. Кроме того, работа группы позиционировалась как открытая для любых заинтересованных участников.

В основе исследования лежат открытые материалы Рабочей группы и приглашённых экспертов (в основном это выступления и реплики участников круглых столов; опубликованные версии федерального и региональных бюджетов для граждан; публичные презентации представителей Минфина России; официальные доклады экспертов и чиновников), а также результаты моих наблюдений за развитием проекта. Отчасти сознательно, отчасти вынужденно я отдала предпочтение наблюдению. С одной стороны, моя роль в проекте была технической[24]: не являясь ни чиновником, ни экспертом, я не входила в состав Рабочей группы, но участвовала во всех её мероприятиях, некоторые из них организовывала, что давало мне возможность не торопиться с интервью (или же избегать их, так как они могли усложнить исследовательскую ситуацию). С другой стороны, проект, который планировался как краткосрочный, с целью разработки «Бюджета для граждан – 2014» к Федеральному закону от 2 декабря 2013 г. № 349-ФЗ, к концу 2013 г. превратился в долгосрочный: задача Рабочей группы была переосмыслена как более масштабная, направленная на формирование концепции модуля для граждан на Едином портале бюджетной системы Российской Федерации. Это внесло изменения в состав участников и лидеров группы и вернуло «на доработку» часть тем, которые обсуждались в начале проекта (в том числе интересовавшую меня тему целевых групп бюджета для граждан).

Описывая развитие этой дискуссии о гражданах — получателях информации о бюджете, я буду приводить реплики обеих сторон, представленных в Рабочей группе, — экспертного сообщества и Минфина России, однако отмечу, что в соответствии с рекомендациями Международного бюджетного партнёрства, Бюджетным посланием и Поручением Правительства «Бюджет для граждан» реализовывается как проект Министерства финансов.

Федеральный бюджет как продукт для граждан

Одно из базовых предположений неолиберальных реформаторов заключается в том, что бизнес, рынки и граждане-потребители будут действовать эффективнее, чем государство, если раскрыть им нужную информацию. Идеологи открытости данных часто используют маркетинговую риторику, говоря о своих проектах как о массовых конкурентоспособных продуктах, продвижение которых к потребителю[25] должно сопровождаться большой информационной кампанией, то есть «граждане должны знать, что это блюдо («Бюджет для граждан». — *Н. Б.*) для них готовится…» (полевые материалы автора). По-

[23] Поскольку на подачу заявок у конкурсантов было всего два месяца, Рабочая группа приняла решение дать потенциальным участникам стартовый материал для работы: эксперты сформировали список из 30 возможных вопросов граждан к государственному бюджету. Затем на сайте Открытого правительства эти вопросы были вынесены на рейтинговое общественное голосование, в котором за три дня принял участие 881 чел. По условиям голосования, участники могли не только рейтинговать имеющиеся, но и предлагать свои вопросы. В результате появился рейтинг «тридцатки» и дополнительные 12 вопросов, предложенные гражданами, участвовавшими в голосовании. Конкурсанты могли выбрать любые из 42 вопросов, чтобы на основе открытых данных Минфина понятно и интересно ответить на них в своих проектах «Бюджета для граждан». В Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации поступили 95 заявок (23 от финансовых органов субъектов Российской Федерации; три от администраций муниципальных образований; девять от организаций; 60 от физических лиц, в том числе от трёх зарубежных экспертов). Конкурсная комиссия подвела и объявила итоги 5 декабря 2013 г., на расширенном заседании Рабочей группы в Минфине России.

[24] Менеджер от открытого правительства обычно осуществляет связь с экспертами, организует обсуждения, сбор комментариев, подготовку и передачу экспертных заключений министерствам и ведомствам, ведёт медийное сопровождение проекта и т. п.

[25] В риторике органов исполнительной власти понятия «гражданин» и «потребитель» используются либо как синонимичные, либо одно как определяющая характеристика другого: современный гражданин — это главным образом потребитель («так как у нас потребитель в основном гражданин, он обращается на соответствующие страницы оказания госуслуг…»).

скольку под «массовым информационным продуктом» сегодня, как правило, имеется в виду электронный информационный продукт, успех PR-кампаний и проектов оценивается по количеству посещений, «кликов», просмотров, скачиваний.

Попытки организовать информационную кампанию и «рассказать людям о российском бюджете» предпринимались ещё до тотальной компьютеризации и вступления в борьбу за место в рейтинге Международного бюджетного партнёрства, в ходе бюджетной реформы 2000-х гг.[26]. Многие члены нынешней Рабочей группы участвовали в дискуссиях о том, каким должен быть этот рассказ. В результате появился «Путеводитель по российскому бюджету — 2006» [Ястребова 2006], который на 104 страницах последовательно разъяснял, что такое бюджет, какова его структура, как организован бюджетный процесс и устроена бюджетная система страны и проч. Текст сопровождался 29 таблицами и 22 рисунками. По признанию одного из разработчиков концепции «Путеводителя…», вопрос о целевых группах тогда почти не обсуждался:

> Уже тогда, в том самом первом тексте, мы столкнулись с очень серьёзной проблемой, проблемой визуального отражения того, что представляет собой бюджет РФ, который мог бы быть хоть в какой-то мере понятен аудитории. Это первая часть проблемы, а вторая — та же самая проблема, но с другой стороны — это сам текст, который представляется гражданам… Сегодня, по прошествии большого количества лет, я по праву могу говорить о том, что главный вопрос, который для себя должен ставить любой человек, собирающийся что бы то ни было делать на тему открытого бюджета, — для какой аудитории он собирается создавать продукт. Тогда мы такой задачи для себя не ставили, нам казалось, эта задача гораздо проще… (Эксперт 1, устное выступление: [19.09.2013 г.][27]).

В аннотации к «Путеводителю…» его аудитория определялась как «широкий круг читателей, заинтересованных в получении информации о бюджетном процессе в Российской Федерации и его роли в развитии страны». Брошюра была малотиражной (1000 экз.) и распространялась бесплатно, преимущественно среди чиновников:

> Мы сделали рассылку по губернаторам, по депутатам, сенаторам, и фактически у очень многих и депутатов, и сенаторов я видел эту книжку потом на столе. То есть, вообще говоря, первой и благодарной аудиторией этой книги была именно эта аудитория чиновников. И тогда же, в то же время, мы начали проводить впервые конкурсы среди журналистов федеральных СМИ с рассказом о том, что… и как писать о бюджете. И это было попыткой расширения аудитории людей, вовлечённых в открытый бюджет (Эксперт 1, устное выступление: [09.09.2014 г.]).

Вскоре аналоги «Путеводителя…» появились в российских регионах (примечательно, что все они стали пионерами составления региональных бюджетов для граждан):

> Я видел потом во многих регионах реплики этого текста: Красноярский край — ещё при губернаторе Хлопонине[28] — первые издали путеводитель по бюджету Красноярского края, который был копией того, что был на федеральном уровне; в Москве была попытка создания подобного, в Краснодарском крае (Эксперт 1, устное выступление: [09.09.2014 г.])..

---

[26] Одна из первых инициатив публикации популярной брошюры о бюджете в формате бюджетирования, ориентированного на результат (БОР), была высказана в 2006 г. А. Д. Жуковым, занимавшим тогда пост заместителя Председателя Правительства Российской Федерации.

[27] Здесь и далее в подобных случаях см. более подробно в приложении.

[28] А. Г. Хлопонин, губернатор Красноярского края в сентябре 2002 — январе 2010 гг.

Почти одновременно те же разработчики были приглашены руководством «Единой России» к написанию и публикации брошюры «Открытый бюджет России 2004–2007. Бюджет: мифы и реальность» [Ястребова 2007], с помощью которой депутат от «Единой России» мог разъяснить своим избирателям суть партийных бюджетных инициатив[29]. Сформировавшееся в 2000-х гг. общее понимание открытого бюджета (прежде всего, стремление к энциклопедичности и полезности этого документа для чиновников[30], политиков[31], журналистов и учёных) во многом определило специфику российского подхода к «Бюджету для граждан»[32] как на федеральном, так и на региональном уровне.

Чтобы понять, как формируется концепция бюджета для граждан той или иной страны, важно учитывать особенности её бюджетной системы. В Российской Федерации эта система трёхуровневая и состоит из федерального, региональных и местных бюджетов, которые самостоятельны, равноправны и не включаются друг в друга. У каждого уровня свои виды доходов, свои расходные полномочия, своя законодательная база. И хотя региональные органы исполнительной власти и органы местного самоуправления могут безвозмездно получать с более высоких уровней межбюджетные трансферты, они должны самостоятельно балансировать бюджет и повышать эффективность расходов (см. подробнее, например: [Поляк 2013; Афанасьев 2014]).

С самого начала члены Рабочей группы были согласны, что граждан прежде всего интересует близкая к их жизни расходная часть бюджета, а большая часть таких расходов (образование, здравоохранение, ЖКХ, культура, спорт, государственные услуги, дорожное строительство, транспорт, благоустройство, средства массовой информации и проч.) финансируется из местных бюджетов. Соответственно особых причин разбираться в федеральном бюджете у граждан нет, ведь по-настоящему повлиять на бюджетную политику, вступить в диалог с властью, отстоять свои интересы они могут только на местном уровне (и отчасти на региональном).

Эта особенность бюджетной системы поставила разработчиков федерального «Бюджета для граждан» перед выбором: действовать в соответствии с рекомендациями Международного бюджетного партнёрства и создавать «Бюджет для граждан» как популярное переложение Федерального закона о бюджете или расширять его за счёт релевантной информации других министерств, ведомств и нижестоящих бюджетов?

Выбор был сделан на первом же совещании, когда Рабочая группа приняла формулу «бюджет должен быть интересным и понятным для граждан». Однако довольно скоро выяснилось, что части этой формулы конфликтуют между собой. *Интересность,* по мнению группы, предполагала межведомственность проекта и выход за рамки текста Федерального закона. Так *полнота представления информации*

---

29 В материале «Парламентской газеты» от 26.06.2007 г. о круглом столе по обсуждению новинки был приведен отзыв председателя Комитета Госдумы по экономической политике, предпринимательству и туризму Е. Фёдорова, характеризующий эту 144-страничную книгу как «свод ценнейших данных для историков и экономистов… и наглядное свидетельство практической работы парламентского большинства» (см.: URL: http://viperson.ru/wind.php?ID=397812).

30 По мнению экспертов МВФ, «бюджет для граждан» не должен разрабатываться для нужд представителей законодательной или исполнительной властей, хотя как граждане, те из них, кто нуждается в начальной информации для понимания бюджета и бюджетного процесса, могут им пользоваться [Petrie, Shields 2010: 5].

31 В этом тоже проявилась специфика российского опыта: международные эксперты считают, что «бюджет для граждан» не должен являться политическим инструментом; даже презентовать его рекомендуется от имени органа государственной власти, а не от лица конкретного гражданина — министра финансов [Petrie, Shields 2010: 5].

32 А также к связанным с ним продуктам. Так, например, создатели «Бюджетного калькулятора» позиционируют его в первую очередь, как тренажёр для депутатского корпуса и представителей муниципальной власти (материалы от: [25.09.2014]).

стала основным критерием при разработке российской версии «бюджета для граждан»[33]. Стремление ответить на все возможные запросы превратило первый упрощённый бюджет в документ, состоящий из 234 слайдов:

> Минфин сделал, с моей точки зрения, очень хорошую профессиональную работу по открытости бюджета. Но я хочу сказать, что открытость и понятность для граждан — это разные вещи. Открытые бюджеты, все эти порталы бюджета, даже кудринского[34], — это порталы, где можно найти практически любую цифру. Но станет ли от этого понятнее гражданину: а зачем она, почему она, откуда она? Далеко не всегда! Скорее всего, не будет. С точки зрения Минфина, сделать другой продукт, не такой профессиональный, было бы ниже достоинства. Поэтому такая структура — всеобъемлющая, очень глубокая, подробная, что на любой вопрос — не обычного среднего гражданина, а студента или специалиста — там можно найти ответ. Зачем мы делаем этот бюджет для граждан, помимо того, чтобы подняться в рейтинге открытости бюджетной системы на несколько строчек вверх, — мы для себя должны ответить на этот вопрос… (Эксперт 2, устное выступление: [19.09.2013 г.]).

Чем больше разработчики концентрировались на открытии данных, тем сложнее становилась для них задача перевода бюджета на язык повседневной жизни. Как заметил один из участников Рабочей группы, для разработчиков этот формат оказался не упрощённой, а усложнённой версией обычного бюджета, так как его создание подразумевало дополнительный трудоёмкий этап отсеивания и обработки информации людьми, обладающими особыми знаниями и компетенциями[35]. Несколько месяцев спустя, оценивая интерес к своему продукту, один из руководителей Минфина России с сожалением отметил, что «Бюджет для граждан» к Проекту Федерального закона с октября 2013 г. по апрель 2014 г. с официального сайта Минфина скачали 5171 раз, а к Федеральному закону с декабря 2013 г. по апрель 2014 г. — 7248 раз. Главной причиной такой незаинтересованности Министерство сочло «перегружённость информацией»[36].

Таким образом, просветительская работа, начатая на волне бюджетной реформы, желание объяснить (в первую очередь представителям власти, журналистам, преподавателям вузов) необходимость новаций в бюджетной системе и перехода сначала к БОР, затем — к программному бюджету определили подход к содержанию «Бюджета для граждан». В отличие от своих зарубежных «лирических»[37] аналогов на 4–12 страницах, он оказался «больше учебник[ом] бюджетных финансов, чем путеводител[ем] по бюджету» (полевые материалы автора). Его «перевод» на понятный язык, по сути, ещё не начался, но тема перевода и переводчиков оказалась лейтмотивом дискуссий о целевых группах бюджета для граждан.

---

33 Следующими по важности стали *наглядность* и *доступность представления данных*, но, в отличие от полноты представления, упрощение информации расценивалось Минфином России как задача для экспертного сообщества. На одном из первых обсуждений один из руководителей Министерства заметил, что «Минфин (Создавая «Бюджет для граждан». — *Н. Б.*) выполняет несвойственную ему задачу… Минфин существует, чтобы создавать *сложные вещи*» (полевые материалы автора статьи, август 2013 г.).

34 См.: «Открытый бюджет России» (www.budget4me.ru) — ресурс Фонда А. Л. Кудрина (министр финансов Российской Федерации в мае 2000 — сентябре 2011 гг.).

35 «Поэтому и специалистов по бюджету для граждан в мире единицы, а по просто бюджету — много», — вздохнул один из экспертов (полевые материалы автора).

36 Второе место в рейтинге недостатков заняла «неадаптированность к конкретным целевым аудиториям».

37 На одном из экспертных обсуждений выступающий называл «Бюджет для граждан» США, который представлял собой краткий текст, без таблиц и инфографики, «лирической брошюрой ни о чём». Метафора была тут же подхвачена участниками круглого стола, поскольку хорошо передавала значимое для них различие в подходах (легковесность и поверхностность vs серьёзность и основательность), а также подчёркивала неготовность российских разработчиков пожертвовать *полнотой*.

Позже я к этому вернусь, а пока обращу внимание читателя на то, как глобальные явления влияют на локальные проекты открытости.

Описывая локальные версии неолиберальных проектов, важно учитывать такую их общую характеристику, как технологичность. Раскрытие больших объёмов данных органов исполнительной власти широкой аудитории предполагает использование цифровых технологий, перевод документов в машиночитаемые форматы. Оно становится отдельным направлением работы ФОИВ и РОИВ, для осуществления которой создаются специальные подразделения.

> У нас есть определённое подразделение в количестве 12 человек… И открытость, и понятность, доступность для граждан в понятной форме — это наша каждодневная работа. Мы каждый день над этим трудимся. И нас, собственно, за это спрашивают. Этот проект у нас напрямую контролируется губернатором. Мы делаем ежеквартальные отчёты о ходе реализации проекта и оперативные отчёты еженедельно… У нас сейчас на данный момент функционируют две тестовые версии порталов. Первый портал — больше для внешнего пользователя. Это портал «Открытый бюджет»… где пользователи могут познакомиться с основными параметрами бюджета… области и основными тезисами бюджетной политики… области. Там сейчас в тестовом режиме представлен в том числе профиль муниципальных образований. Мы каждый день выгружаем туда что-то новое. В принципе, там на данный момент довольно-таки неплохая база собрана по тем объектам, которые мы смогли преобразовать в наглядный вид для граждан (Представитель РОИВ, устное выступление: [31.10.2013 г.]).

Поскольку интернет-технологии дают возможность реализовать идею «полноты представления», удовлетворить как профессиональные амбиции ведомства, создающего «сложные вещи», так и потребности власти в контроле, структуре, вертикали и в работе «на себя» (то есть на нужды ФОИВ и РОИВ, депутатского корпуса, губернаторов), проекты открытости бюджета неизбежно стремятся поглотить проекты его понятности для граждан. Так, уже через несколько месяцев обсуждений Рабочая группа согласилась, что простенькая «интернет-брошюра» в эпоху интерактивных медиа является полумерой и «бюджеты для граждан» должны стать частью массива данных, которые будут представлены на Едином портале бюджетной системы Российской Федерации. На портале планируется в форматах «открытых данных» и «бюджетов для граждан» размещать данные всех уровней бюджета и данные по исполнению государственных программ и программ, реализуемых региональными и местными органами исполнительной власти. Такое «стягивание» больших объёмов информации на один портал, по замыслу разработчиков, позволит сделать его гибким аналитическим инструментом (прежде всего, в руках эксперта, который нуждается в сравнительной информации и возможности проследить потоки финансирования). Включение «бюджетов для граждан» в состав данных Единого портала, с одной стороны, подразумевает установление общих требований к размещаемым данным, а с другой — делает их формирование обязательным. Текущая концепция Единого портала бюджетной системы предполагает возможность профилирования пользователя по ряду характеристик (возраст, пол, национальность, семейное положение, наличие детей, место жительства, профессия, образование, уровень дохода, состояние здоровья, уровень жизни, благосостояние).

> Профиль пользователя — это как раз представитель той или иной целевой группы. И здесь, помимо таких традиционных показателей… антропометрических данных, возраст, вес, где живёт и прочее, там есть и (Дополнительные. — *Н. Б.*) критерии, если вы заметили. Профессия, сфера деятельности, сфера интересов, образование. То есть все эти параметры, которые позволяют нам сузить спектр его интересов и того объёма информации, который бы система ему предоставляла. Это, скажем так, *максимальная* «хотелка» (Курсив мой. — *Н. Б.*] (Представитель 2, Минфин России, устное выступление: [15.05.2014 г.]).

С одной стороны, реализация «максимальной хотелки» перекладывает задачи определения интересов конечного получателя, отбора и интерпретации нужной ему информации на самого получателя (или на его представителя-эксперта), взаимодействующего с интернет-порталом. С другой стороны, такая реализация предполагает, что заинтересованный переводчик-эксперт действительно *существует*, и Минфину России нужно его найти или, как минимум, подготовить для него свои данные в надежде на то, что однажды предложение породит спрос.

> Спроса нет на какие-то объёмы информации? Наверное, нет. Но часто ведь предложение порождает спрос. Может быть, народ, люди и не знают, что можно с нас это спросить. Давайте сначала покажем, хотя бы на каких-то примерах. Увидим, возникает этот спрос или нет. И будем двигаться дальше (Представитель 1, Минфин России, устное выступление: [15.05.2014 г.]).

> Мне кажется, если бы бюджетные данные были (Открытыми. — *Н. Б.*), наверное, тоже был бы огромный рынок, который их интерпретировал по потребностям наших граждан. Нашлись бы общественные организации, партии и ещё какие-то структуры, которые бы подстраивали эти данные в том виде, в другом виде для тех аудиторий, целевых аудиторий, возрастных и всяких разных, которые были бы потребителями этой информации… мы сами придумываем за них сегодня. А что они хотят? У нас нет сегодня спроса. А, как правило, это самый большой дефицит. Потому что, как правило, только спрос рождает предложение. Редко, когда маркетинг сам сначала обеспечивает спрос, а потом его удовлетворяет. Как правило, всё-таки сначала формируется спрос, на который адекватно необходимо реагировать. И если мы, как государство, скажем: «*Вот наши данные. Они чистые, актуальные, доступные, открытые — в форматах, которыми может воспользоваться любой*» (Курсив мой. — *Н. Б.*)[38]. Наверное, тогда у нас пойдёт движение. И тогда мы как раз сможем удовлетворить студентов, бабушек, профессоров, блогеров, ещё кого-то, кто использует эти данные для себя, либо для того, чтобы пообщаться с другими, вокруг этой темы обсуждать (Представитель 3, Минфин России, устное выступление: [15.05.2014 г.]).

Оставив в стороне вопрос о том, как ведомства «очищают» свои данные, в следующем разделе мы посмотрим, кому Минфин России делегирует (точнее, считает возможным делегировать) роль интерпретаторов открытых данных, то есть роль технологически компетентных посредников между министерством и «населением».

Активный пользователь — активный гражданин

Обсуждать, кто такие граждане, для которых создаётся понятное представление федерального бюджета, участники Рабочей группы начали на первой же встрече. В ходе ранних дискуссий экспертами, далёкими от финансово-бюджетной сферы (педагогами, психологами, специалистами по юзабилити технологий), были высказаны идеи, которые не получили дальнейшего развития: автор одной из них предлагал ориентироваться на «самого слабого» (инвалида), автор другой — на «персону»[39]. Создание

[38] В Мурманской области портал бюджетной системы получил название «Бюджет для всех»: в разделе «Бюджет для каждого», который является представлением бюджета в понятной форме («для граждан»), информация дана по категориям расходов с возможностью самостоятельно «добавить категорию» (оставить запрос на дополнительную информацию). URL: http://b4u.gov-murman.ru/index.php#idMenu=1

[39] «Персонажный» подход приобрёл популярность в среде разработчиков технологий после выхода в 1999 г. книги Алана Купера «Психбольница в руках пациентов. Почему высокие технологии сводят нас с ума и как восстановить душевное равновесие» [Cooper 1999]. В соответствии с этим подходом группы потребителей и пользователей представляются как архетипические персонажи, наделённые не только определенными характеристиками и потребностями, но и гендером, возрастом, внешностью и даже одним «типичным днём из жизни». При этом разработчик — не этнограф: он должен оставаться «объективным»; не списывать портрет «персоны» с реально существующего пользователя, а создавать его в

одного или множества «маленьких бюджетов» не отвечало принятой Рабочей группой установке на «полноту представления». Редукция к специфическим интересам одной категории граждан или «персоны» разрушала идею подробного рассказа населению о бюджете. Кроме того, у Минфина России уже был опыт обсуждений целевых групп открытого бюджета с близким к министерству кругом экспертов. Этот опыт и был взят за основу в работе над «Бюджетом для граждан». Результаты наиболее полного на тот момент исследования целевых групп были представлены в статье сотрудника Центра исследования бюджетных отношений (ЦИБО) О. В. Сизовой «Открытый бюджет: что интересно пользователям» [Сизова 2012]. Поскольку интересанты открытого (то есть электронного) бюджета очевидно получали к нему доступ с помощью технологий, граждане тоже, хотя и с некоторыми оговорками, были определены как пользователи, тем более что в «Бюджетном послании» речь шла именно об интернет-представлении бюджета населению. В процессе дальнейших обсуждений пользователи были трижды разделены на разные целевые группы. Сначала, в логике упомянутого выше исследования ЦИБО, определились группы со специфическими запросами и ожиданиями. То, как они были представлены в программном докладе заместителя министра финансов А. М. Лаврова на международной конференции ПЕМПАЛ 29 мая 2014 г., показано в таблице 1.

Таблица 1

Основные ожидания целевых групп

Студенты, школьники	Использование информации в учебных целях. Материалы для открытых уроков
Журналисты	Инструмент визуализации информации для публикаций и материалов
Предприниматели	Прогнозирование развития бизнеса с учётом прогноза развития государства
Активное население	Интерактивные сервисы, позволяющие участвовать в бюджетном процессе и влиять на ситуацию
Молодёжь	Повышение уровня знаний о бюджете
Социальные группы	Информация о социальных услугах государства, которыми может воспользоваться население
Иностранные граждане	Информация для привлечения иностранных инвестиций, сравнение уровня жизни и параметров бюджета

Источник: URL: http://www.pempal.org/data/upload/files/2014/06/cross_day-3_02_lavrov_budget-for-citizens_rus.pdf

Затем один из членов Рабочей группы предложил укрупнённую классификацию репрезентативных групп по уровню активности, выделив три категории пользователей:

— с низкой активностью, которые не интересуются системой государственного управления и бюджетом;
— со средней активностью, которые нуждаются в справочной информации для решения конкретных вопросов, а также в общем понимании того, на что тратятся деньги;
— активные, стремящиеся к участию в жизни государства и к влиянию на процессы, происходящие в стране, регионе, муниципальном образовании.

результате обсуждений с коллегами. Любопытно, что на старте проекта «Бюджет для граждан» по инициативе одного из членов Рабочей группы, были проведены два «мозговых штурма» по поиску потребителя (с участниками школы кадрового резерва «Молодёжного парламента» г. Москвы и с молодыми разработчиками, собравшимися на фестиваль энтузиастов новых технологий, живой науки и современного искусства «Geek-Picnic» в Санкт-Петербурге). Архетипические персонажи, предложенные обеими группами, оказались похожи: женщина, молодая мать одного или нескольких детей, которая заинтересована в улучшении инфраструктуры своего двора или района. Представляя результаты исследования Рабочей группе, модератор определил персону «Бюджета для граждан» как «ответственного родителя в возрасте 20–40 лет, уже воспитывающего детей или планирующего их рождение в ближайшие несколько лет».

По мнению эксперта, первым двум категориям нужно показать открытость и прозрачность государства, снизить недоверие, напряжённость и негативное отношение к государству, показать приоритеты государственной бюджетной политики, повысить финансовую грамотность. Для представления такой информации наиболее эффективны брошюры, буклеты и другие информационные материалы, распространяемые в органах исполнительной власти, государственных и муниципальных учреждениях. Информация должна быть представлена в статике и в динамике, по возможности с перечнем ссылок на ресурсы, где можно получить более подробные сведения. Для третьей категории нужна информация, которая позволит понимать и оценивать принимаемые государством решения, самостоятельно анализировать бюджетную информацию, поэтому информационные ресурсы для активных пользователей вторичны; их формат — это интернет-портал, где возможно интерактивное участие в обсуждениях и в принятии решений о расходовании бюджетных средств, использование встроенных инструментов для «быстрой аналитики», доступ к госпрограммам, законам о бюджете и т. п.[40]

Очевидно, что в рамках обсуждаемой группой концепции «Бюджета для граждан» наиболее активные пользователи нуждались в более сложном, чем букварь, инструменте — в портале открытых данных Минфина. В то же время обеспечение миллионов пользователей с низкой активностью буклетами и брошюрами, раздаваемыми в МФЦ, было непосильной для проекта задачей. Но пользователи из второй категории вполне могли бы стать получателями «Бюджета для граждан» как брошюры, размещаемой в Интернете. Их серединное положение предполагало свободное владение языком первой группы и активное желание с помощью технологий освоить язык третьей.

Неслучайно позже пользователи «Бюджета для граждан» были разделены ещё раз: на «читателей» самого документа и на «получателей бюджетных средств».

> Разговор о целевых группах начался, буквально как только мы заговорили о гражданском бюджете ещё год назад летом. Кто будет пользоваться, группы, аудитории гражданского бюджета. Я сразу хочу разделить два аспекта: группы граждан, которые пользуются информацией о гражданском бюджете (собственно инструментом), и группы граждан, на которые направлены бюджетные средства, блага, результаты различных мероприятий, проектов, подпрограмм. Мы различаем те и другие группы. И ещё осенью прошлого года мы довольно активно обсуждали группы, которые являются хорошими читателями гражданского бюджета. Назывались здесь студенты, журналисты, общественные палаты, молодёжь. Вот такие группы, которые, может быть, не очень много сами получают средств из бюджета, но, во всяком случае, живо интересуются. Потому что журналисты возьмут и напишут потом об этом статью и наберут аудиторию читателей какую-то. А студенты задумаются о какой-то своей карьере или расскажут своим родственникам о том, что они недополучили из бюджета, но они (Родственники студентов. — *Н. Б.)* сами воспользуются (Причитающимися бюджетными средствами. — *Н. Б.)* (Представитель 1, Минфин России, устное выступление: [15.05.2014 г.]).

Несмотря на то что укрупнённая целевая группа бюджета для граждан была условно определена как «читатели-посредники», большинство её представителей всерьёз не рассматривались в качестве переводчиков информации о бюджете. Ни некоммерческие организации (НКО) и организации гражданского общества, ни депутаты и журналисты, пишущие об экономике и финансах, не стали надёжными союзниками Минфина в проекте упрощения Федерального закона о бюджете. Депутаты проявляли интерес к теме волнообразно, и в период работы группы он переживал очевидный спад. Журналисты федеральных СМИ освещали работу проекта, но только один из них изредка принимал участие в обсуждениях. Единственной понятной для министерства целевой группой оказались школьники и студенты младших курсов. Как и почему это произошло?

[40] Публичное представление укрупнённой классификации пользователей «Бюджета для граждан» состоялось 25 сентября 2013 г. с разрешения её автора — генерального директора ЦИБО А. С. Бараховского.

Один из возможных ответов заключается в том, что проекты открытости поставили Минфин России в весьма сложную ситуацию: целевая группа федерального министерства, распоряжающегося финансами, — это остальные федеральные министерства и ведомства, у которых есть свои, на государственном уровне определённые целевые группы. Механически совокупность таких групп могла бы быть представлена как «население», интересанты «Бюджета для граждан». Но где найти информацию о самих группах и их интересах? Очевидно, для посредника, каковым является Минфин, источником такой информации должны стать документы министерств и ведомств (прежде всего, государственные программы, в которые «упаковываются» федеральные расходы). Однако методические рекомендации к составлению государственных программ не предусматривают обязательного выделения целевых групп, поэтому разработчики из Минфина России провели любопытное и трудоёмкое исследование. Определив целевую группу как «группу, на которую направлено воздействие государственной программы Российской Федерации», они обратились за помощью к преподавателям и студентам Финансового университета при Правительстве Российской Федерации и проанализировали тексты большинства государственных программ. В числе тех, для кого государство реализует свои основные мероприятия, оказались дети, семьи с детьми, пенсионеры, учащиеся (студенты), работающее население, безработные, инвалиды и маломобильные группы населения, малоимущие граждане, иностранные граждане, молодёжь, военнослужащие, спортсмены… Главным результатом этой работы стало понимание того, что в отсутствие стандарта описания целевых групп такие описания заметно различаются.

> В каждой программе по-своему названо примерно одно и то же. Надо наводить порядок просто даже в самих этих пониманиях, в понятийном аппарате. А уж тем более в статистике, в количественных показателях, в нормативно-правовых актах соответствующих… Нужно структурировать ту информацию, которая есть. Ещё досмотреть госпрограммы, перевести их примерно на язык более или менее похожих слов о целевых группах. Хотя бы одними словами написать, назвать. Посмотреть программы субъектов федерации, которые есть, реестры расходных обязательств субъектов и муниципальные. Сделать некоторое такое упорядочивание всей этой информации. Выйти на унифицированные перечни. Потому что группы должны в любом случае называться одинаково или хотя бы какие-то переходники должны быть для того, чтобы можно было сказать, что … из программ разного уровня именно одна и та же группа получает набор разных благ (Представитель 1, Минфин России, устное выступление: [15.05.2014 г.]).

Побочным (но более важным для моего анализа) эффектом этого исследования Минфина стало активное сотрудничество министерства и вуза в подготовке первого федерального «Бюджета для граждан». Для разработчиков от Минфина России студенты стали наиболее изученной и близкой из всех целевых групп:

> Мы с ними работаем, у них идей очень много, и мне кажется, что молодёжь должна быть теми проводниками к взрослому населению… будет узнавать потребность… (Вовлечение молодёжи. — *Н. Б.*) поможет взрослому населению через массовое донесение рассказать о бюджете, и это поможет упростить те самые процедуры, и как раз они будут тем переводчиком от Минфина до взрослого населения и помогать воспринимать (Представитель 4, Минфин России, устное выступление: [19.09.2013 г.]).

Другой ответ заключается в том, что выбор старшеклассников и студентов как основной заинтересованной группы сохранил преемственность с начатой в предыдущем десятилетии работой над открытым бюджетом. Напомню, что авторы, адресовав первый «Путеводитель…» «широкому кругу читателей», распространяли его среди активных граждан — чиновников, политиков, журналистов и учёных. Учащаяся молодёжь, которую условно можно связать с академическим сообществом, является наименее политически активной, но зато наиболее технологически компетентной частью этой целевой аудито-

рии[41]. Их потенциальный интерес к бюджету довольно абстрактен — удовлетворение любопытства, которое можно направить и на что-то другое. Вероятно, школьники и студенты в меньшей степени, чем другие социальные группы, являются получателями бюджетных средств. Они ещё не налогоплательщики и не особенно связаны с локальными сообществами. Тем не менее представители этой возрастной группы практически никогда не бывают атомизированными субъектами, они включены в понятные и тесные межпоколенческие отношения, благодаря чему могут стать идеальными переводчиками с открытого языка технологий на понятный язык повседневной жизни своих семей[42].

На мой взгляд, этот выбор также отражает эволюцию в понимании активного гражданства и перенос этого понятия с уровня локального сообщества на уровень домохозяйства, на ближнюю сеть «читателя» — потребителя бюджетной информации, которому вменяются в обязанность защита интересов её менее технологически компетентных участников и максимизация получения бюджетных средств членами семьи. Осмелюсь высказать предположение, что для разработчиков федерального «Бюджета для граждан» роли и связи, существующие на уровне семьи и домохозяйства, оказались намного убедительнее и понятнее, чем сложнодоказуемые отношения активных граждан — «экспертов» и «населения»[43].

Заключение

Пытаясь перевести на язык теории усилия Рабочей группы по поиску (или созданию) активного гражданина — потребителя «Бюджета для граждан», мы обратимся к нарисованной Мишелем Каллоном гротескной фигуре экономического человека версии 2.0, который с помощью технологий и калькулирующих устройств формирует и поддерживает социотехнические сети, позволяющие ему макимизировать прибыль и приспосабливаться к быстро меняющимся условиям посткапитализма. Он не атомизирован, а, напротив, опутан множеством отношений с человеческими и нечеловеческими акторами, и эта опутанность превращает его из одинокого индивида в эффективное социотехническое устройство. По Каллону, чтобы понять работу такого устройства, нужно изучить все элементы и связи его сети. Французский социолог утверждает, что неолиберализм создаёт идеальные экологические ниши для этого нового экономического человека. Теории неолиберализма действительно основываются на идеях обучения и переобучения, консультирования, информационной поддержки и вооружения граждан новыми технологиями, знаниями, умениями и навыками, с помощью которых те смогут, с одной стороны, стать более самостоятельными и экономически независимыми от государства, а с другой — контролировать его эффективность. Как эти идеи реализуются на практике и для какого гражданина создают условия неолиберальные правительства?

Случай российского «Бюджета для граждан», на мой взгляд, демонстрирует удивительное сходство минфиновского активного гражданина-читателя с каллоновским экономическим человеком версии 2.0.

---

41 В зарубежной литературе можно найти много исследований о том, как связаны наличие в семье подростка и оснащённость домохозяйства компьютером и доступом к Интернету (одно из самых первых было сделано в середине 2000-х гг.; см.: [Livingstone, Bober, Helsper 2005]). В качестве российского полукурьёзного свидетельства такой связи сошлюсь на историю, рассказанную мне сотрудником Минкомсвязи. В 2013 г. в Екатеринбурге запись детей в первый класс была переведена в электронную форму: в первый же день подачи заявлений информационная система рухнула, не выдержав количества обращений. Позже, когда сбой был ликвидирован, по словам моего собеседника, курировавшего проект, многие родители признались, что ради записи ребенка в школу, приобрели компьютер и подключились к Интернету (полевые материалы автора, август 2013 г.).

42 Кроме того, выбор такой целевой аудитории как нельзя лучше отвечает и общим неолиберальным установкам на непрерывное обучение, самопомощь, личную ответственность, и образовательному статусу проектов «Бюджет для граждан».

43 Весьма показательной иллюстрацией непонимания этих отношений и соотношений «экспертов» и «людей» мне представляется реплика участника одной из недавних дискуссий о том, что аудитория сайта Минфина России — это «не только эксперты, но и широкие слои населения, и граждане тоже» (полевые материалы автора: [09.10.2014]).

Гражданин-читатель действует в новой локальности, которая расширяется в виртуальном пространстве и сжимается в социальном. Житель глобализующегося мира, он уже не связан с местными сообществами, группами и соседствами так прочно, как был когда-то «человек политический», но это не значит, что связей у него нет. Напротив, он ориентирован на поддержание тесных отношений с ближайшим окружением. По версии Минфина, гражданин–читатель «Бюджета для граждан» — это старшеклассник с планшетом, представляющий и защищающий бюджетные интересы отдельного домохозяйства, более взрослых, занятых или не использующих Интернет членов семьи.

Сможет ли эта теоретическая модель, появившаяся в результате дискуссий в рамках проекта «Бюджет для граждан», заработать на практике?[44] Породит ли предложение спрос? Подтянется ли социальная реальность под неолиберальную теорию или перестроиться придётся самой теории? Антрополог — не футуролог, а значит, к счастью, не обязан отвечать на такие вопросы сразу, но может продолжить наблюдения, чтобы через сравнительный анализ отдельных ситуаций и случаев объяснить, как контексты реформ, решения конкретных людей или групп, продвижение проектов открытости, новые технологии и глобальные феномены формируют локальные теории и практики неолиберализма.

Приложение

Публичные мероприятия, выступления участников которых были использованы при написании статьи

[19.09.2013 г.] — Круглый стол «Полнота и доступность для общества информации, представленной в макете “Бюджета для граждан”» (Малый конференц-зал Аналитического центра при Правительстве Российской Федерации).

[25.09.2013 г.] — Круглый стол «Обсуждение каналов распространения информации о “Бюджете для граждан”» (Проектный офис Открытого правительства).

[31.10.2013 г.] — Круглый стол «Лучшая практика представления “Бюджетов для граждан” в субъектах Российской Федерации и муниципальных образованиях» (Малый конференц-зал Аналитического центра при Правительстве Российской Федерации).

[15.05.2014 г.] — Круглый стол «Обсуждение перспектив повышения открытости бюджетов, в том числе посредством развития проекта “Бюджет для граждан”» (Малый конференц-зал Аналитического центра при Правительстве Российской Федерации).

[44] Разработчики концепции Единого портала бюджетной системы такой перформативный механизм в неё закладывают. Они не только предлагают пользователю собрать из конструктора показателей свой профиль (модуль), но «увидеть» и «узнать» себя в статистике, в результатах исследований и другой справочной информации: «Выделяя вот такие группы, обсуждая, каким может быть модуль для той или иной целевой группы, мы определили для себя, что он может состоять из нескольких аспектов, которые важны для человека. Вот, он зашёл в этот блок и видит сразу какую-то структуру данной группы, может быть, количественный состав, региональную… возрастную или профессиональную структуру по тем критериям, которые выше были показаны. Для каждой группы это свой набор, естественно. Для студентов возрастные структуры, может быть, в меньшей степени важны, а для кого-то другого — наоборот. Конечно, он должен увидеть себя не только в статистике, но и в том, как о нём пишут СМИ, какая там, возможно, медиастатистика, что стали больше писать о студентах. Ура! Или, наоборот, перестали… В любом случае, он должен увидеть какие-то ссылки на важные для этой группы публикации, что о нём пишут — и пишут примерно вот так. То есть такие отсылки или даже обзоры таких публикаций должны тут размещаться. Социология. Возможно, эта группа обследовалась, и, скорее всего, есть какие-то актуальные опросы: ВЦИОМ, ФОМ, ещё кто-то проводил для данной группы. Всё здесь должно быть подгружено. Но не только то, что проводилось, но и если это портал, так тут место для голосований. Человек зашёл и за свою группу проголосует. Или ответит на какие-то вопросы. Хорошее место для проведения анкет и сбора социологической информации. Конечно, здесь хорошо собирать нормативно-правовые акты для него, касающиеся его группы» (Представитель 1, Минфин России, устное выступление: [15.05.2014 г.]).

[29.05.2014 г.] — Заседание сети PEMPAL (Public Expenditure Management Peer Assisted Learning) «Прозрачность и подотчётность в сфере государственных финансов» (Центр международной торговли, г. Москва).

[09.09.2014 г.] — Круглый стол «Гражданские инициативы и вовлечённость граждан в открытый бюджет» (Овальный зал Дома Правительства Российской Федерации).

[25.09.2014 г.] — Презентация результатов реализации проекта «Содействие развитию диалога между властью и обществом на региональном и муниципальном уровне посредством создания компьютерной интерактивной симуляционной модели “Бюджетный калькулятор для граждан”» (Малый конференц-зал Аналитического центра при Правительстве Российской Федерации).

[09.10.2014 г.] — Публичное обсуждение стратегического плана развития официального сайта Министерства финансов Российской Федерации на период до 2018 года (Малый конференц-зал Аналитического центра при Правительстве Российской Федерации).

Литература

Афанасьев М. П. (ред.) 2012. *Программный бюджет*. Учебное пособие. М.: Магистр; ИНФРА-М.

Афанасьев М. П. (ред.) 2014. *Бюджет и бюджетная система.* Учебник для бакалавриата и магистратуры. 4-е изд. М.: ЮРАЙТ.

Виноградова Т. И. 2008. Повышение эффективности бюджета и оптимизация бюджетного процесса путём внедрения социальной технологии «Прозрачный бюджет». В сб.: Шадрин А. Е. (ред.) *Социальное партнёрство и развитие институтов гражданского общества в регионах и муниципалитетах: практика межсекторного взаимодействия.* Практическое пособие. М.: Агентство социальной информации; 129–145.

Поляк Г. Б. 2013. *Бюджетная система России.* Учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям. 3-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ-ДАНА.

Сизова О. В. 2012. Открытый бюджет: что интересно пользователям. *Бюджет*. 9. URL: http://bujet.ru/article/200790.php

Узланер Д. 2007. От Фрейда к «Сакральной социологии»: учение Филиппа Риффа. *Логос.* 5 (62): 236–255.

Ястребова О. К. (науч. рук.) 2006. *Путеводитель по российскому бюджету – 2006*. М.: ЗАО «Агентство прикладных коммуникаций»; АНО «Центр социального проектирования “Возрождение”».

Ястребова О. К. (сост.). 2007. *Открытый бюджет России 2004–2007. Бюджет: мифы и реальность*. М.: Априком.

Axford B., Seddon T. 2006. Lifelong Learning in a Market Economy: Education, Training and the Citizen-Consumer. *Australian Journal of Education*. 50 (2): 167–184.

Barnes M. et al. 2003. Constituting «The Public» in Public Participation. *Public Administration*. 81 (2): 379–399.

Bockman J. 2012. The Political Projects of Neoliberalism. *Social Anthropology/Anthropologie Sociale*. 20 (3): 310–317.

Burgess A. 2001. Flattering Consumption: Creating a Europe of the Consumer. *Journal of Consumer Culture*. 1 (1): 93–117.

Callon M. 1998a. An Essay on Framing and Overflowing: Economic Externalities Revisited by Sociology. In: Callon M. (ed.). *The Laws of the Markets*. Oxford: Blackwell; 244–269.

Callon M. 1998b. The Embeddedness of Economic Markets in Economics. In: Callon M. (ed.). *The Laws of the Markets*. Oxford: Blackwell; 1–57.

Callon M. 2007. An Essay on the Growing Contribution of Economic Markets to the Proliferation of the Social. *Theory, Culture & Society*. 24 (7–8): 139–163.

Callon M. 2008. Economic Markets and the Rise of Interactive Agencements: From Prosthetic Agencies to Habilitated Agencies. In: Pinch T., Swedberg R. (eds.). *Living in a Material World: Economic Sociology Meets Science and Technology Studies*. Cambridge, MA; London: MIT Press; 29–56.

Collier S. J. 2012. Neoliberalism as Big Leviathan, or…? A Response to Wacquant and Hilgers. *Social Anthropology/Anthropologie Sociale*. 20 (2): 186–195.

Cooper An. 1999. *The Inmates Are Running the Asylum: Why High Tech Products Drive Us Crazy and How to Restore the Sanity*. New York: Macmillan.

Couldry N. 2004. The Productive «Consumer» and the Dispersed «Citizen». *International Journal of Cultural Studies*. 7 (1): 21–32.

Dahlgren P. 2003. Reconfiguring Civic Culture in the New Media Milieu. In: Corner J., Pels D. (eds.) *Media and the Restyling of Politics: Consumerism, Celebrity and Cynicism*. London: Sage; 151–170.

Gabriel Y., Lang T. 2006. *The Unmanageable Consumer*. 2nd ed. London; Thousand Oaks; New Delhi: Sage.

Goldstein D. M. 2012. Decolonialising «Actually Existing Neoliberalism». *Social Anthropology/Anthropologie Sociale*. 20 (3): 304–309.

Hampden-Turner C., Trompenaars A. 1993. *The Seven Cultures of Capitalism: Value Systems for Creating Wealth in the United States, Japan, Germany, France, Britain, Sweden, and the Netherlands*. 1st ed. New York: Currency Doubleday.

Hilgers M. 2013. Embodying Neoliberalism: Thoughts and Responses to Critics. *Social Anthropology/Anthropologie Sociale*. 21 (1): 75–89.

Jessop B. 2013. Putting Neoliberalism in its Time and Place: A Response to the Debate. *Social Anthropology/Anthropologie Sociale*. 21 (1): 65–74.

Jubas K. 2007. Conceptual Con/Fusion in Democratic Societies: Understandings and Limitations of Consumer-Citizenship. *Journal of Consumer Culture*. 7 (2): 231–254.

Kalb D. 2012. Thinking about Neoliberalism as if the Crisis was Actually Happening. *Social Anthropology/ Anthropologie Sociale*. 20 (3). 318–330.

Kingfisher C., Maskovsky J. 2008. Introduction: The Limits of Neoliberalism. *Critique of Anthropology*. 28 (2): 115–126.

Lister R. 2003. *Citizenship: Feminist Perspectives*, 2nd ed. New York: New York University Press.

Livingstone S., Bober M., Helsper E. J. 2005. Active Participation or Just More Information? *Information, Communication & Society*. 8 (3): 287–314.

Livingstone S., Lunt P., Miller L. 2007a. Citizens and Consumers: Discursive Debates during and after the Communications Act 2003. *Media, Culture & Society*. 29 (4): 613–638.

Livingstone S., Lunt P., Miller L. 2007b. Citizens, Consumers and the Citizen-Consumer: Articulating the Citizen Interest in Media and Communications Regulation. *Discourse & Communication*. 1 (1): 63–89.

Martin G. P. 2009. Public and User Participation in Public Service Delivery: Tensions in Policy and Practice. *Sociology Compass*. 3 (2): 310–326.

Micheletti M., Follesdal A., Stolle D. 2003. *Politics, Products, and Markets: Exploring Political Consumerism Past and Present*. New Brunswick: Transaction Press.

Petrie M., Shields J. 2010. Producing a Citizens' Guide to the Budget: Why, What and How? *OECD Journal on Budgeting*. 2: 1–13.

Rieff D. 1993. Multiculturalism's Silent Partner: It's the Newly Globalized Consumer Economy, Stupid. *Harper's Magazine*. August: 62–72.

Scammell M. 2000. The Internet and Civic Engagement: The Age of the Citizen Consumer. *Political Communication*. 17 (4): 351–355.

Schudson M. 2006. The Troubling Equivalence of Citizen and Consumer. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*. 608: 193–204.

Trentmann F. 2004. Beyond Consumerism: New Historical Perspectives on Consumption. *Journal of Contemporary History*. 39 (3): 373–401.

Trentmann F. 2007. Citizenship and Consumption. *Journal of Consumer Culture*. 7 (2): 147–158.

Wacquant L. 2012. Three Steps to a Historical Anthropology of Actually Existing Neoliberalism. *Social Anthropology/Anthropologie Sociale*. 20 (1): 66–79.

Wallis R., Buckingham D. 2013. Arming the Citizen-consumer: The Invention of «Media Literacy» within UK Communications Policy. *European Journal of Communication*. 28 (5): 527–540.

Ward J., Vreese C., de. 2011. Political Consumerism, Young Citizens and the Internet. *Media, Culture & Society.* 33 (3): 399–413.

Webster F. E. 1975. Determining the Characteristics of the Socially Conscious Consumer. *The Journal of Consumer Research*. 2 (3): 188–196.

Wexler P. 1990. Citizenship in the Semiotic Society. In: Turner B. A. (ed.). *Theories of Modernity and Postmodernity*. London: Sage; 164–175.

BEYOND THE BORDERS

Natalia Bogatyr

Citizens' Guide to the Budget: Find a Receiver

BOGATYR, Natalia Viktorovna — Candidate of Science in History, Senior Lecturer, Department of Sociology, National Research University Higher School of Economics. Address: 20 Myasnitskaya str., Moscow, 101000, Russian Federation.

Email: nbogatyr@hse.ru

Abstract

The changing nature of citizenship and the development of neoliberal theories and practices are not just issues for theoretical social science debate but also questions of concern for governments and public bodies in many nations.

This article reports on the early findings of the author's study of open government practices in the Russian Federation and analyzes the development of the "Citizens' Guide to the Federal Budget" (the CB); a digital document produced annually by the Ministry of Finance (the MoF), in addition to executive budget proposals. It uses plain language to explain policy objectives to help the general public ("people") make sense of the budget. There are no clear rules or "recipes" governing how to select, simplify, present and disseminate that kind of information to the "people", and so it has become the subject of fierce debate unfolding between developers.

Drawing on 1.5 years of participant observation in 2013–2014, the article explores the debate between members of the Ministry of Finance's working group as they attempt to define target-groups of "active citizens", prospective CB receivers, consumers and users.

It addresses three questions: "What is the working group's vision for the CB?"; "How does the ministry define or constitute 'citizens' it thinks could be in those target-groups?" and, "How does the ministry see active citizens' contributing, or helping to disseminate budget information to 'passive citizens' and raise the level of 'budget literacy'"?'

It argues that the task of "making the budget simple" is much more difficult for the MoF than just carrying out "open data" digital projects, so it seeks partner groups of citizens who might become "translators" from finance language to everyday language. But that search is far from easy, because the MoF has no direct contact with citizens at all, only with other public bodies. Consequently the ministry chose young people (senior pupils and students), who are likely to have established links with other citizens; families consisting of older and less digitally aware people in their households, and might serve as allies, translators and defenders of budget interests for such "passive citizens". The article concludes by distilling core themes for future work.

Keywords: citizens' budget; budget literacy; citizenry; consumers; users; youth; target groups; open government.

Acknowledgements

This article was prepared with grant support from the Russian Federal Government (contract № 14.U04.31.0001, European University at Saint Petersburg; lead scientist, Professor Mario Biagioli).

References

Afanas'ev M. P. (ed.) (2012) *Programmnyy byudzhet: ucheb. posobie* [The Program Budget. Textbook], Moscow: Magistr; INFRA-M (in Russian).

Afanas'ev M. P. (ed.) (2014) *Byudzhet i byudzhetnaya sistema: uchebnik dlya bakalavriata i magistratury* [Budget and Fiscal System. Textbook for Undergraduate and Graduate Programs]. 4-e izd., Moscow: Izdatel'stvo YURAYT (in Russian).

Axford B., Seddon T. (2006) Lifelong Learning in a Market Economy: Education, Training and the Citizen-Consumer. *Australian Journal of Education*, vol. 50, no 2, pp. 167–184.

Barnes M., Newman J., Knops A., Sullivan H. (2003) Constituting "The Public" in Public Participation. *Public Administration*, vol. 81, no 2, pp. 379–399.

Bockman J. (2012) The Political Projects of Neoliberalism. *Social Anthropology/Anthropologie Sociale*, vol. 20, no 3, pp. 310–317.

Burgess A. (2001) Flattering Consumption: Creating a Europe of the Consumer. *Journal of Consumer Culture*, vol. 1, no 1, pp. 93–117.

Callon M. (1998a) An Essay on Framing and Overflowing: Economic Externalities Revisited by Sociology. *The Laws of the Markets* (ed. M. Callon), Oxford: Blackwell, pp. 244–269.

Callon M. (1998b) The Embeddedness of Economic Markets in Economics. *The Laws of the Markets* (ed. M. Callon), Oxford: Blackwell, pp. 1–57.

Callon M. (2007) An Essay on the Growing Contribution of Economic Markets to the Proliferation of the Social. *Theory, Culture & Society*, vol. 24, no 7–8, pp. 139–163.

Callon M. (2008) Economic Markets and the Rise of Interactive Agencements: From Prosthetic Agencies to Habilitated Agencies. *Living in a Material World: Economic Sociology Meets Science and Technology Studies* (eds. T. Pinch, R. Swedberg), Cambridge, MA; London: MIT Press, pp. 29–56.

Collier S. J. (2012) Neoliberalism as Big Leviathan, or…? A Response to Wacquant and Hilgers. *Social Anthropology/Anthropologie Sociale*, vol. 20, no 2, pp. 186–195.

Cooper An. (1999) *The Inmates Are Running the Asylum: Why High Tech Products Drive Us Crazy and How to Restore the Sanity*. New York: Macmillan.

Couldry N. (2004) The Productive "Consumer" and the Dispersed "Citizen". *International Journal of Cultural Studies*, vol. 7, no 1, pp. 21–32.

Dahlgren P. (2003) Reconfiguring Civic Culture in the New Media Milieu. *Media and the Restyling of Politics: Consumerism, Celebrity and Cynicism* (eds. J. Corner, D. Pels), London: Sage, pp. 151–170.

Gabriel Y., Lang T. (2006) *The Unmanageable Consumer*. 2nd ed., London; Thousand Oaks; New Delhi: Sage.

Goldstein D. M. (2012) Decolonialising "Actually Existing Neoliberalism". *Social Anthropology/Anthropologie Sociale*, vol. 20, no 3, pp. 304–309.

Hampden-Turner C., Trompenaars A. (1993) *The Seven Cultures of Capitalism: Value Systems for Creating Wealth in the United States, Japan, Germany, France, Britain, Sweden, and the Netherlands*. 1st ed., New York: Currency Doubleday.

Hilgers M. (2013) Embodying Neoliberalism: Thoughts and Responses to Critics. *Social Anthropology/ Anthropologie Sociale*, vol. 21, no 1, pp. 75–89.

Jessop B. (2013) Putting Neoliberalism in its Time and Place: A Response to the Debate. *Social Anthropology/ Anthropologie Sociale*, vol. 21, no 1, pp. 65–74.

Jubas K. (2007) Conceptual Con/Fusion in Democratic Societies: Understandings and Limitations of Consumer-Citizenship. *Journal of Consumer Culture*, vol. 7, no 2, pp. 231–254.

Kalb D. (2012) Thinking about Neoliberalism as if the Crisis was Actually Happening. *Social Anthropology/ Anthropologie Sociale*, vol. 20, no 3, pp. 318–330.

Kingfisher C., Maskovsky J. (2008) Introduction: The Limits of Neoliberalism. *Critique of Anthropology*, vol. 28, no 2, pp. 115–126.

Lister R. (2003) *Citizenship: Feminist Perspectives*, 2nd ed., New York: New York University Press.

Livingstone S., Bober M., Helsper E. J. (2005) Active Participation or Just More Information? *Information, Communication & Society*, vol. 8, no 3, pp. 287–314.

Livingstone S., Lunt P., Miller L. (2007a) Citizens and Consumers: Discursive Debates during and after the Communications Act 2003. *Media, Culture & Society*, vol. 29, no 4, pp. 613–638.

Livingstone S., Lunt P., Miller L. (2007b) Citizens, Consumers and the Citizen-Consumer: Articulating the Citizen Interest in Media and Communications Regulation. *Discourse & Communication*, vol. 1, no 1, pp. 63–89.

Martin G. P. (2009) Public and User Participation in Public Service Delivery: Tensions in Policy and Practice. *Sociology Compass*, vol. 3, no 2, pp. 310–326.

Micheletti M., Follesdal A., Stolle D. (2003) *Politics, Products, and Markets: Exploring Political Consumerism Past and Present,* New Brunswick: Transaction Press.

Petrie M., Shields J. (2010) Producing a Citizens' Guide to the Budget: Why, What and How? *OECD Journal on Budgeting*, vol. 2, pp. 1–13.

Polyak G. B. (2013) *Byudzhetnaya sistema Rossii: uchebnik dlya studentov vuzov, obuchayushchikhsya po ekonomicheskim spetsial'nostyam* [The Budget System of Russia. A Textbook for University Students Studying Economic Specialties]. 3-e izd., pererab. i dop., Moscow: YuNITI-DANA (in Russian).

Rieff D. (1993) Multiculturalism's Silent Partner: It's the Newly Globalized Consumer Economy, Stupid. *Harper's Magazine*, August, pp. 62–72.

Scammell M. (2000) The Internet and Civic Engagement: The Age of the Citizen Consumer. *Political Communication*, vol. 17, no 4, pp. 351–355.

Schudson M. (2006) The Troubling Equivalence of Citizen and Consumer. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, vol. 608, pp. 193–204.

Sizova O. V. (2012) Otkrytyy byudzhet: chto interesno pol'zovatelyam [Public Budget: What do Users Find Interesting]. *Byudzhet*, vol. 9. Available at: http://bujet.ru/article/200790.php (accessed 14 November 2014) (in Russian).

Trentmann F. (2004) Beyond Consumerism: New Historical Perspectives on Consumption. *Journal of Contemporary History*, vol. 39, no 3, pp. 373–401.

Trentmann F. (2007) Citizenship and Consumption. *Journal of Consumer Culture*, vol. 7, no 2, pp. 147–158.

Uzlaner D. (2007) Ot Freuda k "Sakral'noy sotsiologii": uchenie Philip Rieff [From Freud to "Sacred Sociology": The Theory of Philip Rieff]. *Logos*, vol. 5, no 62, pp. 236–255 (in Russian).

Vinogradova T. I. (2008) Povyshenie effektivnosti byudzheta i optimizatsiya byudzhetnogo protsessa putem vnedreniya sotsial'noy tekhnologii "Prozrachnyy byudzhet" [Improving Budget Efficiency and Budget Process Optimization by Implementing Social Technology "Transparent Budget"]. *Sotsial'noe partnerstvo i razvitie institutov grazhdanskogo obshchestva v regionakh i munitsipalitetakh: praktika mezhsektornogo vzaimodeystviya. Prakticheskoe posobie* [Social Partnerships and the Development of Civil Society Institutions in Municipalities and the Regions, the Practice of Cross-Sector Collaboration. Practical Guide] (ed. A. E. Shadrin), Moscow: Agentstvo sotsial'noy informatsii, pp. 129–145 (in Russian).

Wacquant L. (2012) Three Steps to a Historical Anthropology of Actually Existing Neoliberalism. *Social Anthropology/Anthropologie Sociale*, vol. 20, no 1, pp. 66–79.

Wallis R., Buckingham D. (2013) Arming the Citizen-Consumer: The Invention of "Media Literacy" within UK Communications Policy. *European Journal of Communication*, vol. 28, no 5, pp. 527–540.

Ward J., Vreese C. de. (2011) Political Consumerism, Young Citizens and the Internet. *Media, Culture & Society*, vol. 33, no 3, pp. 399–413.

Webster F. E. (1975) Determining the Characteristics of the Socially Conscious Consumer. *The Journal of Consumer Research*, vol. 2, no 3, pp. 188–196.

Wexler P. (1990) Citizenship in the Semiotic Society. *Theories of Modernity and Postmodernity (ed. B. A. Turner),* London: Sage, pp. 164–175.

Yastrebova O. K. (nauch. ruk.) (2006) *Putevoditel' po rossiyskomu byudzhetu–2006* [Guide to the Russian budget — 2006], Moscow: ZAO "Agentstvo prikladnykh kommunikatsiy", ANO "Tsentr sotsial'nogo proektirovaniya 'Vozrozhdenie'" (in Russian).

Yastrebova O. K. (sost.). (2007) *Otkrytyy byudzhet Rossii 2004–2007. Byudzhet: mify i real'nost'* [The Open Budget of Russia, 2007–2014. The Budget: Myths and Realities], Moscow: Aprikom (in Russian).

Received: October 10, 2014
Citation: Bogatyr N. (2014) "Byudzhet dlya grazhdan": nayti poluchatelya [Citizens' Guide to the Budget: Find a Receiver], *Ekonomicheskaya sotsiologiya = Journal of Economic Sociology*, vol. 15, no 5, pp. 54–84. Available at: http://ecsoc.hse.ru/2014-15-5.html (in Russian),