

Социальная структурация в транзитивном пространстве российского мегаполиса¹

В.И. ИЛЬИН

Данная статья, представляющая собой переработку глав, не вошедших в книгу «Быт и бытие молодежи российского мегаполиса», посвящена описательному анализу отдельных видов социальной структурации, происходящей в некоторых частях транзитивного социального пространства – на улице и в общественном транспорте. Эмпирическое исследование выполнено с помощью наблюдения (включенного и формализованного) и глубинных интервью в Санкт-Петербурге, а также на основе вторичного анализа данных статистики, массовых опросов и т. д. В основе исследования лежит методология деятельностно-конструктивистского подхода [см. Ильин 2000], в качестве ключевой выступает категория структурации, разработанная Э. Гидденсом [Гидденс 2003]. Апробация и развитие этой методологии на материале повседневности и является целью данной статьи.

Ключевые слова: транзитивное пространство, жизненное пространство, социальные отношения, дискурсивные сообщества, дискурс-анализ

Феномен транзитивного пространства

Одной из важнейших составных частей города является так называемое транзитивное пространство. Это места, где люди перемещаются из одной точки в другую: улицы, линии метро и т. д. С одной стороны, это физическое пространство, которое, по словам П. Бурдье [Бурдье 2005, с. 49], «*определяется по взаимным внешним сторонам образующих его частей*». Так, улица в контексте логики физического пространства представляет собой своего рода «ущелье» между грядами домов, свободную территорию между реками и каналами, а линии метро – просто огромные тоннели под городом. Физическое транзитивное пространство измеряется чаще всего в километрах, отделяющих одну его точку от другой.

С другой стороны, это и социальное пространство, состоящее из взаимоисключающих или различающихся социальных позиций. Социальное транзитивное пространство состоит из позиций пешеходов, водителей, работников транспорта, а на более высоком уровне – из социальных институтов, обслуживающих и

¹ Работа выполнена в рамках исследовательских проектов, поддержанных Фондом Макартуров и РФФИ (07-06-00-287-А). Цитаты из глубинных интервью обозначены порядковым номером информанта, годом проведения интервью и полом («м» или «ж»), материалы из «Живого журнала» обозначены буквой Д.

организующих перемещения людей: автотранспортных предприятий, метро, фирм и организаций, поддерживающих улицы и организующих движение.

Грань, отделяющая физическое пространство от социального, носит сугубо абстрактный характер, в реальности эти феномены неразделимы. Как отмечает П. Бурдье [Там же, с. 50], «в иерархически организованном обществе не существует пространства, которое не было бы иерархизировано и не выражало бы иерархии и социальные дистанции в более или менее деформированном, а главное, в замаскированном виде». Социальные отношения, разворачивающиеся на улицах и на подземных артериях, требуют определенного физического пространства, которое они размечают.

«Реализованное физически социальное пространство представляет собой распределение в физическом пространстве», во-первых, различных видов благ, во-вторых, локализованных физически индивидуальных агентов и групп, присваивающих эти блага [Там же, с. 54]. Транзитивное пространство города характеризуется неравным распределением в нем условий перемещения, различающихся степенью комфорта в самых разных его измерениях (например, место в комфортабельном автомобиле или на холодной и сырой улице). Индивиды, перемещающиеся в городе, в свою очередь различаются объемом и характером присвоения ими этих условий (у кого-то зонтик, а у кого-то – крыша автомобиля или вагон метро).

Улицы и подземные артерии города существуют, по логике метафоры физического пространства, как совершенно объективные сущности, никак не зависящие от массы перемещающихся по ним человеческих тел. Эти же территории, включенные в человеческую деятельность, превращаются уже в социальное транзитивное пространство, сущность которого определяется наполняющей его деятельностью людей. Сама физическая территория не может быть транзитивной, ее делают таковой действующие люди. Физические объекты (улицы, тоннели) превращаются в объект дискурса, т. е. социального взаимодействия по поводу определения их реальности: «Что это? Как это можно использовать?» И эти определения носят не только вербальный, но и поведенческий характер. Действие выступает как форма высказывания, определения. В результате улицы и тоннели, приобретя дискурсивный характер, превращаются в транзитивное пространство, которое существует не само по себе, а для обеспечения перемещения людей от одной точки к другой.

Оно противостоит жизненному пространству, где живут: отдыхают, работают, развлекаются, учатся и т. д. Эти два типа пространства различаются с точки зрения их места в образе жизни людей: транзитивное пространство описывается в основном через категорию издержек (затраты времени, сил, денег), а жизненное пространство предполагает и издержки, и ресурсы (удовольствия, знания, отдых, общение, карьера). Основные маршруты: дом – место работы (учебы) – место проведения досуга (кафе, клуб, кинотеатр, театр и т. д.). Это деление конструируется в процессе деятельности людей, наделяющих те или иные участки города определенными смыслами. Так, улица для одних выступает как дистанция, которую надо как можно быстрее и проще преодолеть, чтобы попасть в нужное место. Но та же улица для других может быть местом приятной прогулки, т. е. частью жизненного пространства. И это различие в определении улицы представляет со-

бой одну из ее социальных границ, разделяющую разных людей – спешащих и отдыхающих.

Следуя логике теории структурации Э. Гидденса [Гидденс 2003], можно определить социальную структуру транзитивного пространства как распределение жизненно важных ресурсов в пространстве в соответствии с определенными правилами. Социальную структуру можно представить в виде айсберга: его видимая часть – устойчивые формы поддающихся наблюдению социальных процессов, невидимая часть – ресурсы, делающие возможными эти процессы. Она не существует сама по себе, она конструируется и воспроизводится в процессе деятельности людей. Ресурсы – это все то, что люди используют как факторы обеспечения своей деятельности. Иначе говоря, они имеют дискурсивный характер [см. подробнее Ильин 2008]. Ничто не является ресурсом от природы. Ресурс – это только то, что люди могут и хотят использовать. Один и тот же феномен для кого-то является ресурсом, а для другого – бесполезным или вредным хламом. Так, время в метро для одних является чистыми издержками, временем, вычеркнутым из жизни, а для других – это ресурс, позволяющий изучать иностранный язык или читать художественную литературу.

Таким образом, упорядочивание транзитивного пространства происходит в процессе его структурации, т. е. осознанного включения его элементов в свою деятельность в качестве используемых в соответствии с определенными правилами ресурсов. Социальная структура конструируется в процессе деятельности людей, в том числе и по определению смысла природных явлений (ресурс или помеха?). Однако плоды собственных усилий выходят из-под контроля, превращаясь в надындивидуальную структуру, навязывающую свою логику породившим ее индивидам. С одной стороны, это внешние ее формы – предметы материальной культуры, социальные институты и т. д., а с другой – усвоенная структура, превращающаяся в «свободные» привычки, вкусы, склонности и т. д. Во втором случае это внешнее принуждение, ставшее свободным выбором, а потому замаскированной, невидимой социальной структурой. И поведение людей в транзитивном пространстве улиц и подземных тоннелей направляется обеими типами структур. Они бегут, следя, с одной стороны, логике рукотворных «ущелий» и «рек» (поезда, эскалаторы, потоки наземного транспорта), а с другой – повинуясь своим привычкам.

Мир вещей – это не только факторы социального взаимодействия (ресурсы), но нередко и носители социальных отношений. Включение последних в предмет социологии – одно из проявлений «поворота к материальному», который, уходя корнями в классическую социологию, все активнее обсуждается в современном обществознании [см. Вахштайн 2006]. Без учета вещей в широком смысле слова в анализе общества, как пишет Б. Латур [Латур 2006], «чего-то все время недостает». Он призывает «переключить наше внимание (я бы скорректировал: дополнить) с людей и посмотреть на нечеловеков. Вот они, скрытые и презренные социальные массы, которые дополняют нашу мораль. Они стучатся в дверь социологии, требуя учета при подведении общественного баланса так же настойчиво, как это делали человеческие массы в XIX в.». В рамках данной темы это означает включение в социальный анализ таких, говоря в терминах Б. Латура, актантов, как эскалаторы, вагоны метро, автомобили, светофоры, которым люди делегируют выполнение своих социальных функций.

Улица: автомобилисты и пешеходы

Улица – это (как правило, но не всегда) часть транзитивного пространства. Став предметом дискурса, она выполняет структурирующую роль: одни (большинство) определяют ее как пространство передвижения к искомой точке, другие – как место жизни, где прогуливаются, общаются, тренируются и т. д. Как место перемещения, она используется по-разному: кто-то идет, кто-то едет на автобусе, кто-то – на такси, кто-то – на своем автомобиле, кто-то – на велосипеде. Границы социальной структуры рождаются в ответе на вопрос: как перебраться из точки А в точку Б? Разные ответы, начинающиеся в вербальной и завершающиеся в поведенческой форме, лежат в основе формирования сообществ пешеходов, пассажиров и велосипедистов, различающихся формами деятельности и используемыми ресурсами. Остановимся здесь только на водителях частных автомобилей и пешеходах.

Автомобиль как предмет дискурса. Автомобиль в современном российском мегаполисе – это предмет разных дискурсов: и бытового, и философского, и социологического, и экологического, и эстетического, и гендерного, и стратификационного, и национального и т. д. У каждого дискурса как социального взаимодействия по поводу определения реальности – своя логика, нередко радикально противоречащая логике других дискурсов, т. е. иных правил обсуждения: то, что логично в рамках одного дискурса, абсурдно в рамках другого. Переплетение дискурсивных процессов, в центре которых находится автомобиль, формирует один из срезов социальной структуры. Ключевой вопрос: «Что такое автомобиль?» Он выступает ресурсом, выбираемым и используемым в соответствии с правилами конкретного дискурса.

Разные способы ответа на вопрос «что такое автомобиль?» – это, говоря в терминах М. Фуко, разные дискурсивности. За каждой из них стоят определенные категории людей, склонных к обсуждению данного вопроса в терминах более близкого им дискурса. Этот срез социальной структуры, проявляющейся в транзитивном пространстве города, лишь косвенно связан с фундаментальными для социологии категориями класса, страты, этничности, профессии и т. д. Уровень доходов, объем и характер собственности, образование и профессия не оказывают жесткого и однозначного влияния на способ размышления индивида об окружающем мире, о своем месте в нем и роли вещей в жизни, хотя вообще игнорировать это влияние было бы тоже ошибкой. Так, образование расширяет кругозор и формирует шанс рассмотрения автомобиля с разных перспектив. Но шанс не превращается автоматически в реальность. Уровень жизни определяет горизонты потребительского опыта, через призму которого оцениваются материальные предметы. Например, индивид, выросший в состоятельной семье, склонен иначе оценивать «нормальность» уровня комфорта, нежели выходец из бедной среды.

Тип дискурсивности не только косвенно отражает распределение ресурсов в обществе, т. е. социальной структуры, но и сам выступает важным механизмом ее формирования. Из типа дискурсивности вырастают дискурсивные поля, на основе которых формируются дискурсивные сообщества людей, определяющих те или иные феномены в схожих терминах, следуя общей логике рассуждений. Именно

к такому типу дискурсивных сообществ относятся автомобилисты. Это категория людей, которые определяют частный автомобиль как необходимую вещь. Из такого определения (верbalного и поведенческого) вытекает целый спектр практик, потребностей и интересов, превращающих владельцев автомобилей в дискурсивное сообщество. Правда, данное дискурсивное сообщество обладает сложной структурой, так как понятие «необходимая вещь» определяется разными группами людей в разных терминах и следует логике различных дискурсов. Иначе говоря, внутри сообщества автомобилистов можно выделить целый набор типов.

Эта же логика структурации применима (с определенными оговорками) и к сообществам пешеходов и пассажиров общественного транспорта. Правда, в этом случае логика дискурсивной структурации имеет более сложный характер. С одной стороны, автомобиля нет у тех, кто не может себе его позволить в силу отсутствия средств, здоровья и т. д. С другой стороны, не все, кто может себе позволить автомобиль (сейчас подержанная машина может стоить очень дешево и быть доступной большинству), определяют этот предмет как необходимый. Иначе говоря, дискурсивные сообщества пешеходов и пассажиров формируются на пересечении пространств возможностей и вкусов (желаний). Данное сообщество также обладает внутренней структурой. Один из ее срезов – тип дискурса, лежащего в основе обоснования отказа от автомобиля. Такое решение может опираться на экономические рассуждения (например, сопоставление расходов и получаемой выгоды), рациональное сопоставление разных вариантов передвижения в категориях времени, самооценку собственного здоровья и особенностей психики (например: «Автомобиль не для меня! Я так боюсь и теряюсь на дороге!») и т.д.

Автомобиль как «актант». Автомобиль – не просто вещь в руках индивида. Следуя логике анализа, предложенного Б. Латуром на примере двери, можно утверждать, что автомобиль – это «актант», занимающий свое собственное место в системе социальных отношений. Его нельзя ставить в один ряд с ложкой или авторучкой. Он обладает собственной логикой действия и своими ресурсами, которые во многом детерминируют поведение водителя. И кто в этой паре главный – спорный вопрос. Автомобиль создан людьми, но в результате он приобретает собственную жизнь в системе социальных отношений, он выполняет социальные функции. Водитель его заводит, но потом уже машина везет человека, который ею управляет в той мере, в какой освоил это техническое чудо. Периодически автомобиль «показывает свой характер»: он выходит из-под контроля и едет не туда и не так, ломается и застывает. Окружающие тоже четко различают водителя и его машину. Возможности того же человека без автомобиля совершенно иные. Пешеходы боятся не водителя, а его транспортного средства, они уступают дорогу машине, а не тому, кто ее ведет. Едет не человек, а машина. Автомобиль, появляясь в пространстве улицы, превращается в особый социальный субъект, частью которого является его водитель, и без машины он становится совершенно иным субъектом – пешеходом. Водитель немыслим без автомобиля, это социальная позиция, включающая индивида, обладающего навыками вождения и автомобилем. Разорвать эти элементы нельзя, не разрушая качественные свойства статусной позиции. Окружающие люди фактически воспринимают движущийся автомобиль как социальный агент.

В рамках дискурс-анализа встает вопрос: «Где границы явления, называемого автомобилем?» Сама вещь, обладающая двигателем и колесами, – это уже автомобиль? А если он стоит без движения? Это тот же предмет, который движется по улицам? А музейный экспонат, в котором есть корпус и остатки двигателя? Является ли водитель предпосылкой превращения груды металла в функционирующую машину? Возможен ли автомобиль без ремонтников, заправочной станции и ее персонала? Автомобиль без дорог, застывший без движения, – это та же машина, которая едет по улице? Это логика рассуждений, которую мы встречаем в описании зимбабвийского втулочного насоса Марианны де Лэт и Анн-Мари Мол [см. Ло 2006, с. 234].

Иначе говоря, автомобиль – это сетевой объект, который имеет смысл лишь в контексте сетевого пространства, каковым является город. Вне этого контекста он превращается в груду металла – блестящего или ржавого, о сущности которого (т. е. о том, что делает из этой груды машину) можно только догадываться, приписывая ей потенциальную возможность ездить. При этом необходимо отметить, что контекст включает не только материальные предметы (дороги, бензин, светофоры), но и социальные субъекты: водителя, ремонтника, гаишника, пешехода, работника заправочной станции и т.д. И в этом смысле автомобиль является социальным фактом, элементом социальной системы города.

Кроме того, автомобиль, как и элементы городского ландшафта, выполняет роль отражателя, сталкиваясь с которым, социальные процессы меняют свою конфигурацию. И это не является спецификой вещей. Масса людей в течение своей жизни играют роль отражателей многих социальных процессов, не обладая в их контексте субъективностью.

Автомобилисты как социальная общность. Смена общественного строя в России прослеживается и в трансформации автомобиля как социального ресурса или сетевого объекта в хозяйственной системе, которую Я. Корнаи определил как «экономику дефицита». В этом контексте личный частный автомобиль определялся как эксклюзивная форма роскоши, но специфического эдакратического типа: его не столько покупали, сколько «доставали» или «распределяли» в соответствии с заслугами индивида перед государством. В то же время totally регулируемое партийным государством общество было лишь утопией, существовавшей на бумаге, поэтому из всех щелей строившейся по этому проекту социальной конструкции прорастал «черный» рынок, где автомобиль выступал дефицитным и высоковостребованным товаром.

Номенклатура поддерживала свой исключительный статус, помимо прочего, и служебными легковыми автомобилями, а также способностью приобретать их в частную собственность, минуя очереди, в которых стояли простые граждане. Этот комплекс социальных отношений вокруг легкового автомобиля проявлялся в полупустых городских дорогах. Автомобилисты, как социальная группа владельцев и пользователей легковых автомобилей, занимали привилегированное положение в транзитивном пространстве города, что отражало их высокие позиции в базовых срезах социальной структуры. Советские автомобилисты были представителями разных групп – номенклатуры, примыкающих к ней слоев (например, рабочей аристократии) и деятелей теневой экономики.

Переход России на путь строительства капитализма (оставим в стороне споры о том, насколько он «настоящий» и «специфический») ознаменовался превращением автомобиля в рыночный товар, который доступен любому индивиду, имеющему достаточно денег. Открытие страны процессам глобализации привело к появлению на внутреннем рынке огромного количества подержанных и новых зарубежных автомобилей. В результате в 1990-е годы начался процесс массовой автомобилизации страны, в котором проявился и слом номенклатурной социальной системы, и ликвидация «железного занавеса».

Таблица 1. Численность собственных автомобилей на 1 тыс. населения

	1970 г.	1980 г.	1990 г.	1995 г.	2000 г.	2006 г.
Российская Федерация	5,5	30,2	58,5	92,3	130,5	177,8
Санкт-Петербург	10,4	30,3	56,1	118,0	180,3	241,6
Москва	14,3	37,2	69,8	142,3	189,1	246,5

Источник: [Рос. стат. ежегодник. 2007, с. 215].

Правда, по средним показателям автомобилизация России все еще отстает от уровня других стран Европы, в том числе и Восточной.

Массовая автомобилизация – одно из проявлений феномена вестернизации повседневной жизни России, т. е. приобщения ее населения к типичным для Запада потребительским практикам. В этом процессе частично проявляется формирование цивилизационной идентичности россиян: мы живем как африканцы или как граждане западных стран?

Таблица 2. Обеспеченность автомобилями в расчете на 100 семей

Россия	33
Казахстан	34
Беларусь	55
Венгрия	51
Литва	46
Польша	45
Германия	97
Франция (1997)	108
США (2004)	121
Япония (2004)	145

Источник: [Там же, с. 782].

Автомобиль – это не только формальный критерий классификации. Он рождает специфическое место в социальном пространстве вообще и транзитивном в частности. Из этого места вытекает комплекс потребностей и интересов. Иначе говоря, мир из окна автомобиля наполняется иными смыслами, нежели при его

рассмотрении с тротуара. Таким образом, владельцы автомобилей превращаются в крупную социальную группу.

Любая социальная группа имеет потенциальную возможность самоорганизации во имя отстаивания своего места под солнцем. Правда, далеко не всегда такая возможность превращается в реальность. Сознательное и активное ядро автомобилистов пытается превратить это сообщество в организованную силу, с которой государство будет вынуждено считаться. Возникли организации, выражающие те или иные частные социальные интересы автовладельцев. Была создана даже партия, претендующая на политическое представительство интересов этой группы.

Трансформация пространства улиц. Автомобилизация, приближающая образ жизни россиян к тому, который типичен для развитых капиталистических стран, проходит в условиях сохранения дорожной инфраструктуры, созданной для нужд уже ушедшей эпохи и бывшей совершенно неадекватной даже тому уровню автомобилизации страны. Настоящее втискивается в материальную среду прошлого. И эта неадекватность – источник целого букета проблем. В постсоветский период массовая автомобилизация сопровождалась почти полным застоем в дорожном строительстве, которое свелось в основном к так называемому «ямочному ремонту» – отечественному ноу-хау, позволяющему имитировать строительство, прикрывающее расхищение средств, т. е. накопление бюрократического капитала. С 1995-го по 2008 г. протяженность дорог в стране выросла ненамного – с 750 тыс. км до 755 тыс. [Россия в цифрах... 2009]. С учетом всех дорог протяженность дорожной сети составила 1,1 млн км. По экспертным оценкам, нужно минимум в два раза больше [Викторова, Донских 2009].

Правда, качество части из них улучшилось, но большинство построено в 1960–1970-е годы. Для сравнения: в Китае за последние десять лет построено 480 тыс. км автомобильных дорог.

Дороги выступают зеркалом экономической системы. В России, по оценке многих экспертов, строительство и ремонт дорог превратились в отлаженный механизм перекачки бюджетных средств в частные руки, т. е. обеспечения первоначального накопления в системе бюрократического капитализма. Иначе говоря, дорожное строительство является важным механизмом накопления в системе бюрократического капитализма. О масштабах этого процесса можно догадываться, сравнивая затраты на дорожное строительство в России и других регионах мира. При этом надо вводить еще и поправку на качество: в России ремонт дороги начинается почти сразу после окончания ее строительства.

В Санкт-Петербурге дороги длительное время были в предельно запущенном состоянии, существенно уступая по качеству улицам многих региональных и районных центров России. Лишь в период подготовки к 300-летию Санкт-Петербурга наметились сдвиги: улучшились качество и масштабы ремонта дорог, активизировалось строительство кольцевой автодороги, существенная часть которой была введена в строй в первое десятилетие XXI в. Однако значительная часть отремонтированных дорог уже через полгода снова нуждаются в ремонте. Все это наводит на вопрос: дело в несовершенстве отечественных технологий или в совершенстве дорожных работ, как механизме приватизации бюджетных ресурсов?

Таблица 3. Затраты на строительство 1000 км трассы (в среднем)

	Стоимость (млн долл.)	Сроки (дней)
Россия	12 900	180
США	6500	45
Китай	2900	10
Европа	1500	50

Источник: [Викторова, Донских 2009].

Автомобилизация привела к коренному изменению структуры транзитивного пространства российских городов. Автомобиль радикально меняет образ жизни его владельца. Транзитивное пространство города им покрывается за рулем. В Санкт-Петербурге ежедневно 27–29 % занятого населения отправляются на работу на своей машине. Всего в течение суток в городе совершается около 1850 тыс. поездок на автотранспорте. В результате жизнь на улицах города превращается в непрерывный транспортный поток. В силу специфической планировки города большинство путей проходят через центр. В будни в эту зону въезжает 330–350 тыс. автомобилей в день. Несоответствие качества транспортных артерий количеству транспортных средств приводит к тому, что по городу на подъездах к 255 перекресткам (25% всех регулируемых пересечений улиц) возникают системные заторы. Интенсивность движения пульсирует по времени: неблагоприятными являются периоды с 7:30 до 10:30 и с 17:00 до 20:30, в центре – с 8:30 до 22:00, а единичные заторы случаются вплоть до 1:30 [Приложение № 1, 2004].

Когда автомобиль имеют лишь немногие, он является роскошью, коренным образом меняющей уровень комфорта в транзитивном пространстве. Однако по мере превращения автомобиля в средство массового передвижения в условиях архаичной дорожной сети действует закон перехода большого количества в плохое качество. В условиях системных заторов в целом ряде районов Санкт-Петербурга рациональность передвижения на автомобиле нередко становится очень сомнительной. Так, скорость передвижения на автомобильном транспорте на заторных направлениях составляет 6–10 км в час. Средняя скорость в центральной части города – всего 10–15 км в час, а в пределах плотной застройки – 20–26 км в час. В результате социальная дистанция между автомобилистом и пешеходом существенно уменьшилась.

Водительский габитус. Место за рулем – это внешняя по отношению к водителю позиция. Однако человек к нему очень быстро привыкает. Автомобиль превращается в часть индивида, или, наоборот, индивид – в часть машины, как актанта. Внешний статус становится свободной привычкой (габитусом) и даже одной из первичных потребностей. Если он ломается, водитель чувствует себя инвалидом. Привязанность к автомобилю выглядит со стороны абсурдной, иррациональной. Водитель нередко так же зависим от своей машины, как курильщик от табака.

«Я, – смеясь, говорит молодой мужчина, – даже в туалете еду на машине. Магазин на соседней улице – на машине. Ну не всегда, конечно, но с женой часто» (58-05-м).

В результате характеристики автомобиля превращаются в важные характеристики его владельца, не менее важные, чем возраст, состояние здоровья, вес,

внешний вид и т. д. Автомобиль становится такой же частью экстерьера водителя, как его одежда или прически.

Все эти рациональные аргументы, показывающие относительность социальных преимуществ, которыми обладает водитель в сравнении с пешеходом, теряют свою убедительность перед лицом водительского габитуса, превратившегося в телесное свойство. Многие информанты говорили, что им проще долгое время сидеть в пробках в своем автомобиле, чем быстро и надежно передвигаться на общественном транспорте. Там, где сформировался габитус, логика целерационального действия теряет свою силу.

Этот же механизм оказывает серьезное влияние на социальную мобильность между пешеходами и автомобилистами. Первые охотно становятся водителями, хотя это часто стоит им больших денег, затрат времени и нервного напряжения. Однако обратная мобильность (из автомобилистов в пешеходы) обычно воспринимается и как физически мучительный процесс, и как утрата статуса. В силу этого перспектива смещения акцентов в транспортной политике с личного транспорта на общественный может казаться вполне рациональной, однако логика водительского габитуса гарантирует сопротивление.

Гендерная структура автомобилистов. Автомобиль выступает в качестве предмета гендерного дискурса. Иначе говоря, это транспортное средство обсуждается в терминах адекватности мужскому и женскому статусам. Его определение осуществляется не только на уровне слов, но и в поведенческой форме: покупательский выбор модели и цвета, стиль вождения, характер ухода за машиной и т. д.

Поскольку дорога имеет гендерную структуру, то существуют и более или менее устойчивые представления об автомобиле как инструменте конструирования гендерной идентичности на дороге. Уже сформировались представления о «мужском» и «женском» автомобилях. Представления о слабом поле переносятся и на автомобили, адекватные этому полу. Чаще всего женским считают небольшой и яркий автомобиль, выполняющий функцию не только средства передвижения, но и украшения.

«Хочу купить Nissan Micro – маленькую, хорошенькую. Женская модель» (75-05-ж).

Мужской автомобиль соответствует мифу о «сильном поле»: он большой и респектабельный.

«Лично мне нравятся машины большие, представительные. Представительные машины – это большие машины» (57-05-м).

Таким образом, автомобиль превращается в один из инструментов конструирования гендерной идентичности, опирающейся на миф о сильном и слабом (прекрасном) поле.

Одной из форм защиты от мужского шовинизма на дороге становится склонность женщин из состоятельных семей пересаживаться за руль таких «мужских автомобилей», как джип. Дорогой и крепкий автомобиль придает им уверенность танкиста. И они с усмешкой, переходящей в презрение, смотрят свысока (в социальном и физическом смысле) на агрессивных мужчин-шовинистов, что-то пытающихся им доказать за рулем подержанных «Жигулей». Здесь гендерная иерархия ломается под давлением логики классовой иерархии. Женщина в «мужском»

автомобиле – это такой же акт символической эмансипации, в качестве которого некогда выступали сигарета, брюки, крепкие алкогольные напитки и т. д. Однако более распространен компромиссный вариант: «паркетный джип» – красивый и небольшой, но в то же время «почти мужской».

Есть различия не только в моделях «мужского» и «женского» автомобилей, но и в способах интерпретации.

«Если едет за рулем дорогой машины мужчина, говорят, что да, мужчина успешный, что он молодец, заработал на такую машину, а если за рулем сидит женщина, то все начинают говорить, что она там... одним местом, извините, на эту машину заработала» (101-05-ж).

Общество потребления существенно сдвигает набор индикаторов, с помощью которых оценивается автомобиль, в сторону его эстетических характеристик. Но «настоящий мужчина» стремится не ограничиваться этим, выискивая какие-то «важные» технические параметры, которые позволяют ему рационализировать совершенно нерациональный выбор. «Женский подход» допускает абсолютный фокус на эстетике при сохранении одного функционального условия: машина должна ездить и не вынуждать ее обладательнице открывать капот.

«Ну она красивая, больше нечего сказать... Ну она стильная, маленькая. Мне кажется она мне подходит» (75-05-ж).

«Я сейчас планирую маленький "нисан". Он такой с большими глазками, он мне так нравится. Очаровательная машина!» (71-05-ж).

При интенсивном движении большого города водители видят только автомобили. В этой ситуации личность водителя, его пол остаются за кадром.

«Когда машины едут, никто не замечает, кто едет» (1-03-ж).

Однако в ситуациях, когда водитель различим, пол может выступать как фактор взаимодействия на дороге.

«К женщине относятся однозначно хуже, когда видят, что за рулем женщина. Начинают бибикать. Зимой едешь на машине, тебе фарами подмигают, пытаются обогнать и рукой помахать. Это сильно отвлекает внимание» (1-03-ж).

Гендерные роли на дороге уточняются, подгоняются под логику автомобильного движения. Мужчина обычно чувствует себя на дороге хозяином. Это чувство актуализируется при виде женщины за рулем. У многих срабатывает мужской шовинизм. Есть немало желающих поставить женщину, севшую в мужское кресло, на второстепенное место. Они могут «пошутить», искусственно создав для женщины сложную ситуацию.

Традиционная женская модель исполнительницы вторых ролей часто проявляется в так называемом «женском» стиле вождения. Обычно женщина едет не спеша, осторожно, соблюдая правила уличного движения. Мужчин-шовинистов она раздражает не только тем, что влезла в поле мужской гегемонии, но и тем, что привносит размеренность и порядок в уличное движение, организуемое не по правилам, а «по понятиям».

Другой тип женщин за рулем – борцы за равенство. Как правило, они смело претендуют на «мужские» роли и за пределами дороги. Они осваивают «мужской» стиль агрессивной езды. При затемненных окнах их обычно невозможно вычислить.

Таким образом, логика конструирования гендерных различий внутри сообщества автомобилистов противоречива, многие ее принципы размыты и проявляются скорее как тенденция, чем как четкие, однозначно действующие закономерные связи.

Пешеходы и автомобилисты: разные жизненные миры. Водители и пешеходы находятся в близких, но разных частях физического пространства: одни занимают дорогу, другие – тротуар. Эти участки пространства разделены, физическая грань превращается в социальную дистанцию. Пешеходы и водители, как правило, физически не соприкасаются. Еще дальше друг от друга их социальные миры. Они видят друг друга как далекую и постороннюю массу. Автомобилисты для пешехода – бесконечный железный поток дурно пахнущих машин, в котором лиц не рассмотреть. И для водителя пешеходы сливаются в безликую массу. Их миры текут по улицам параллельно или пересекаясь, но не смешиваясь (своего рода уличный апартеид). К этой ситуации вполне подходят следующие слова П. Бурдье: «Ничто так не далеко друг от друга и так не невыносимо, как социально далекие друг другу люди, которые оказались рядом в физическом пространстве» [Бурдье 2005, с. 60]. Кроме того, автомобилисты и пешеходы на улице представляют собой социальные группы, ориентирующиеся на различные культурные программы (ценности, нормы, правила интерпретации различных явлений).

Жизненный мир индивида – это отражение в его сознании и повседневных практиках освоенных им участков внешнего природного и социального мира. Этот мир представляет собой комплекс ориентиров, которыми пользуется индивид в своей практике. Содержание индивидуального жизненного мира надындивидуально, хотя его носитель – сознание конкретного информанта. Жизненный мир включает две составляющие: во-первых, объективные факты, отразившиеся в сознании информанта, во-вторых, их восприятие, оценку, интерпретацию. Жизненный мир в контексте деятельностно-конструктивистской методологии – это, если использовать терминологию П. Бурдье [Там же, с. 60], ментальные структуры, являющиеся продуктом социальных структур.

Автомобилист и пешеход живут на самом деле в разных городах, пользуются разными ментальными картами. У них совершенно разные освоенные зоны города, различные маршруты, особая символическая разметка. Заметить этот контраст может только человек, который периодически оставляет автомобиль и превращается в пешехода. У них разные представления о расстояниях, поскольку последние в социальном пространстве измеряются категорией доступности: «Чтобы туда попасть, мне надо потратить X часов, Y денег». Они часто ходят в разные магазины. Пешеход на улице видит массу деталей, о существовании которых водитель даже не догадывается. В то же время водитель больше перемещается по городу (а не по подземным магистралям), больше видит его разные части. Представления о пространстве города у них совершенно разные. Пешеход описывает его через станции метро и маршруты наземного транспорта («Это десять минут ходьбы от станции X»). Его видение пространства прерывисто: от станции до станции, между которыми лежит пустота. Для водителя пространство города непрерывно, оно описывается не точками, а дорогами, которые имеют разное количество ухабов, различные шансы оказаться пробочным местом.

Внешний объективный мир огромен и разнообразен. Ни одному индивиду не под силу его включить в свой жизненный мир. И главное – ему это совершенно не нужно. Освоение внешнего мира и превращение его в часть внутреннего мира регулируется интересами, т. е. осознанными представлениями людей о том, как им реализовать свои природные и социальные потребности. Интересы же, в свою очередь, жестко привязаны к месту субъекта в социальном пространстве, поэтому у автомобилиста и пешехода они в пределах улицы весьма различаются. Соответственно внешний мир классифицируется по критерию релевантности, т. е. индивид, сталкиваясь с теми или иными объектами и феноменами, задает себе вопрос: «Это имеет отношение к моей жизни и моим интересам?» Если ответ отрицателен, то эта часть городского пространства игнорируется.

Пешеходы и водители по-разному проблематизируют городское пространство. Новые возможности, предоставляемые автомобилем, порождают и новые заботы, незнакомые пешеходам.

«В нашем городе возникает много проблем с парковкой. Большие затраты на обслуживание машины. Приходится тратить деньги на тот же бензин, зимой – постоянные затраты на незамерзающий омыватель» (115-05-ж).

Жизненный мир индивида делится на два больших участка: зоны важных интересов и зоны любопытного. Первая группа зон открывает путь к реализации важных собственных интересов. Будучи освоенными, они составляют ядро жизненного мира индивида. Эти зоны формируют ткань повседневности, состоящей из устойчивых, полуавтоматических практик. Без освоения этих зон повседневные практики становятся в лучшем случае малоэффективными, в худшем – вообще невозможными. За пределами этих двух зон лежит зона чуждого, которое не имеет никакого отношения к жизни индивида, не допускается в его жизненный мир.

Зоны важных интересов пешехода и водителя совпадают лишь частично, во многом существенно расходясь. Водителя интересуют цены на бензин, размещение заправок, возможности парковки, уровень цен на стоянках, жесткость ГАИ, количество постов на улицах, колдобины на дорогах, цены на автомобили, сравнительные характеристики разных моделей, пошлины на импорт машин, информация о пробках на дорогах и прочие подобные вопросы, которые для пешехода столь же интересны, как и погода на Гавайских островах. Это в лучшем случае зона любопытного, а во многом – и чуждого. В то же время в специфическую зону важных интересов пешеходов входит много информации, которая никак не затрагивает жизнь водителя: цены на общественном транспорте, периодичность его движения, расстояния между нужными точками, грязь на тротуарах и т. д. Пешеход гораздо больше водителя чувствителен к состоянию погоды.

Появление автомобиля меняет структуру посещаемых магазинов, характер шопинга (объем разовых закупок и их частоту).

– «Ты стала бы ездить в “Ленту”, если бы не было машины?

– Нет, конечно! Я что, на дуру похожа? У нас большая семья. И если мы ездим в “Ленту”, то одним пакетом не ограничиваемся. Не буду же я с этими пакетами бегать до дороги, чтобы поймать машину, или до метро. Это нереально. Слишком большие пакеты, которые надо тащить на себе в общественном транс-

порте. Это глупо! А теперь максимум я могу довезти эти пакеты на тележке до машины» (115-05-ж).

Жизнь улицы регулируется правилами уличного движения и неписанными нормами, традициями. Это культурная программа улицы, но она включается в жизнь пешеходов и водителей разными своими сторонами. Водитель, превращаясь на время в пешехода, с удивлением понимает, что переместился в иной мир, который он воспринимает уже с учетом опыта автомобилиста.

«Я теперь боюсь переходить улицу, притом очень сильно. Когда ты сидишь за рулем и видишь пешеходов, переходящих дорогу на красный, как на зеленый, вне пешеходной зоны, то думаешь: как бы их не сбить! Поэтому теперь стараюсь переходить дорогу только на пешеходном переходе, только на зеленый светофор и смотрю по сторонам, потому что за рулем могут сидеть такие же люди, как я» (115-05-ж).

Там, где жизненные миры водителей и пешеходов совпадают, возникает зона интерсубъективности, или социальности. Здесь два сообщества взаимодействуют на основе общего понимания смысла происходящего. Такие ситуации мы наблюдаем на перекрестках, где взаимодействие регулируется светофором, смысл сигналов которого одинаково интерпретируется и теми, кто сидит за рулем, и идущими пешком. Пространство в таких случаях распределяется между водителями и пешеходами в соответствии с согласованными и принимаемыми обеими сторонами правилами. Таким образом, перекресток превращается в эпицентр социальности.

Перекресток как маркер цивилизационной границы. Человек, бывавший на Востоке и на Западе, без труда определит по видеозаписи движения на перекрестке, о какой цивилизации идет речь. Национальные особенности – это уже более тонкий вопрос, а цивилизационная специфика уличного движения лежит на поверхности, хотя описать ее в четких, однозначно действующих индикаторах невозможно. Различия носят характер тенденции, одни и те же явления можно встретить на дорогах разных континентов, однако то, что в одном месте редкое явление, в другом – массовый феномен. Кроме того, категория цивилизации при описании уличного движения слишком крупная, чтобы ее использовать для точных описаний.

Поведение водителей и пешеходов в странах Северной и Южной Европы существенно различается, и объединение их в один тип мне казалось сомнительной операцией до тех пор, пока я не увидел улицы Индии, Непала, Египта и Вьетнама. Восточное уличное движение – это «самоупорядочивающийся хаос», понять который для человека со стороны крайне сложно. Там почти незаметно действие формальных правил, которые игнорируются в массовом масштабе всеми участниками уличного движения, но в то же время в этом хаосе относительно редки аварии и пробки. Западное уличное движение, как мне представляется, организовано в соответствии с правилами, верность которым существенно колеблется в разных странах. Но в целом это регулируемый порядок.

Российская улица явно отличается и от восточной, и от западной. Здесь если возникает хаос (например, гаснет светофор), то сразу возникает паралич движения. В Мумбаи (Индия) я наблюдал, как при неработающем светофоре (в городе отключили свет) на пересечении двух крупных магистралей, сопоставимых с Садовым кольцом, продолжалось хотя и замедленное, но движение. И в этом потоке

в кромешной тьме двигались пешеходы (в этом месте, как и во многих других, не было тротуара). В России нет слепого принятия правил (особенно пешеходами), здесь доминирует сугубо прагматическое отношение к правилам уличного движения: если их можно нарушить без большого риска попасть в аварию или быть пойманным гаишником, то почему бы и нет?

Ярким проявлением европейского отношения к правилам была ситуация, которую я наблюдал в небольшом датском городке после полуночи: узкая пустая улица, ни одной машины, но одинокая женщина стоит на перекрестке и ждет зеленого сигнала. Разумеется, можно привести много примеров иного отношения к светофору как «актанту» уличного процесса. И чем дальше на юг, тем их больше. Но четкое уважение светофора – это идеальный тип европейской уличной рациональности.

Вокруг этого типа строится и процесс конструирования идентичности. В период борьбы Эстонии за свою независимость я наблюдал в Таллинне на узкой улице две группы пешеходов: одни игнорировали светофор, ориентируясь на наличие движущегося транспорта, другие, не оглядываясь по сторонам, ждали зеленого сигнала. В первой группе звучала русская речь, во второй – эстонская. В той ситуации, видимо, европейская идентичность эстонцев конструировалась через следование стереотипному европейскому образцу, в то время как русскоязычные в массе своей не видели причин участвовать в этой игре, где доминировала не прагматическая рациональность, а сугубо символический смысл.

В современной России продолжаются древние споры о ее цивилизационной идентичности. Этот спор проявляется и в такой мелочи, как отношение к светофору. На тихой улочке, примыкающей к Невскому проспекту, установлен светофор. Его прагматический смысл в силу характера движения сомнителен. Остается вопрос: уважать сигнал светофора вне дорожного контекста или принимать во внимание только ситуацию на дороге? В ходе небольшого структурированного наблюдения движущихся по Невскому толп, состоящих из соотечественников и иностранцев, обнаружилось, что вне контекста состояния движения (т. е. при отсутствии угрозы) при красном свете светофора продолжали движение (с паузой для размышлений и без таковой) 61% пешеходов (общее число наблюдаемых единиц – 558), в то время как 39% стояли перед пустой улицей в ожидании разрешающего сигнала. В обеих группах были и «наши», и иностранцы.

Как можно интерпретировать эти факты? На мой взгляд, в этой ситуации наблюдался процесс конструирования социальной идентичности. Если мы – европейцы, то надо следовать стереотипному представлению о западном законопослушании; если мы – русские, которым незачем оглядываться на Запад, то мы переходим улицу так, как нам удобно, как мы привыкли. При этом надо иметь в виду, что этот выбор совершился в ситуации толпы. Порой она накапливалась у светофора, потом кто-то, следуя логике русской прагматичности, смело шел на красный свет, увлекая за собой часть колеблющихся, однако нередко другая (обычно меньшая) часть, включавшая и преобладающих по численности соотечественников, и иностранных туристов, продолжала стоять. Время от времени возникали ситуации, когда решительных сторонников самобытности не находилось, тогда большинство ждало разрешающего сигнала светофора. Это пример добровольного выбора ци-

вилизационной идентичности. Разумеется, нет никаких оснований в каждом акте выбора варианта перехода улицы видеть границу цивилизаций, но при рассмотрении массового процесса в нем можно различить конструирование цивилизационной идентичности.

Другой тип европейского выбора – отношение водителей к «зебре» пешеходного перехода. Если следовать давно действующим формальным правилам, то водитель должен позволять пешеходам переходить здесь дорогу. Однако в реальности это формальное правило, давно ставшее устойчивой реальной нормой уличной повседневности в странах Западной Европы, в России обычно игнорировалось. Это вытекало из иерархии дорожного движения: тот, кто за рулем, у нас всегда имел более высокий статус, материализовавшийся в праве преимущественного проезда по отношению к пешеходам. В 2009 г. за нарушение этого не действовавшего у нас правила были введены высокие штрафы, что стимулировало работников ГАИ обратить внимание на его соблюдение. И на наших улицах начали все чаще встречаться вежливые водители, останавливающиеся у «зебры» и приглашающие нерешительных пешеходов пересечь улицу. Когда я увидел такую ситуацию на нашей дороге после почти годичного пребывания за границей, то трудно было сдержать изумление: «Да это же почти Европа!»

Автомобиль как средство перевозки статуса. Автомобиль в бытовом и официальном дискурсе чаще всего определяется как транспортное средство. Но что транспортируется? Обычно выделяются две категории: люди и грузы. Мне представляется, что это чрезмерно простая классификация, давно уже неадекватная реальности. Легковой автомобиль – это средство перевозки не только тела, но и социального статуса. Без этого «груза» не понять современные тенденции и в автомобилестроении, и в поведении потребителей на этом рынке. Чем выше социальный статус, тем больше необходим автомобиль для его перевозки. Этому не противоречит и имитация статуса: он невелик, но автомобиль уже большой. Высокий статус облекается в упаковку, в качестве которой выступает автомобиль. Высота статуса обозначается размером машины, ее стоимостью, престижностью, эксклюзивностью и т. д. В современном российском обществе деньги легко конвертируются в эти статусные символы, размечдающие границы между социально-экономическими стратами.

Это не может устраивать высшие слои бюрократии, претендующие на особый статус, выводимый из политической и административной власти, а не из денег. Это старая претензия, уходящая корнями в средневековые, когда дворянство с помощью законов защищало свои статусные символы от посягательств богатого третьего сословия. В современном российском обществе таким символом высокого бюрократического статуса являются «мигалки». В результате автомобиль, доступный любому состоятельному человеку, приобретает эксклюзивность за счет синего фонаря на крыше – символа, обозначающего не деньги, а власть.

Современные «мигалки» выполняют ту же функцию, что и перья в костюме индейского вождя. Они выделяют власть имущих из потока водителей и пешеходов, такой власти не имеющих. Разумеется, никто из пассажиров автомобилей с «мигалками» не признается в том, что ему просто очень нравятся яркие «перья». И тут на помощь приходит механизм, который З. Фрейд определял как «рацио-

нализацию». Примитивное тщеславие камуфлируется в термины, вписывающие «перья» в легитимную и рациональную логику: время «большого человека» очень дорого стоит, поэтому он не может себе позволить тратить его на медленное передвижение в соответствии с правилами дорожного движения и логикой перегруженных улиц. Правда, наивность такой рационализации рассчитана на «простого человека»: социальный конструкт, с помощью которого с вершин власти описывается социальная молекула такого мифического образования, как «народ». Обычный водитель и пешеход так же прост, как обладатель статуса, перевозимого под проблеск синих маячков. Люди на улицах со злой иронией комментируют спешку чиновников, которые после окончания рабочего дня торопятся на дачу или рыбалку. В результате эффект получается обратный: символическая разметка, рассчитанная на наивного «простого человека», у которого мигающие «перья» должны вызывать раболепное почтение, конструирует совсем иную границу между «нами» («нормальными людьми») и «ними» (представителями циничной власти).

Инструментом рационализации и маскировки бюрократической разметки дорожного движения является предоставление права пользоваться «мигалками» и тем службам, которые действительно должны быть срочными: «скорой помощи», милиции и т. д. Но если со «скорой» все ясно и легитимно, то с милицией уже возникают вопросы. Чем выше пост перевозимого в служебном транспорте лица из правоохранительных органов, тем вероятнее наличие у него скоростной машины и «мигалки», хотя очевидно, что чем выше пост, тем меньше вероятность, что данное должностное лицо действительно спешит спасать кого-то из граждан.

«Мигалка» – это символический ресурс, который при наличии понимающего его окружения превращается в совершенно иной ресурс – скорость передвижения по улице. Такая скорость – это не только комфорт водителя и/или пассажира, но и символ очередного порядка: быстрая узаконенная езда декодируется как символ высокой власти.

Простой «мигалки» часто бывает недостаточно, так как перевозимый статус уже не помещается даже в автомобиль представительского класса. И тогда статус перевозят на нескольких автомобилях, оборудованных «мигалками» и специальными звуковыми сигналами. Иначе говоря, это уже такой статус, перевозка которого возможна только с помощью кортежа.

Логика правового пространства объективируется в порядке уличного движения. Законы и инструкции в России пишутся для «простых граждан». Чем выше административно-политический статус персоны, тем больше он обрастает исключениями из общей системы норм. Чем больше таких исключений, тем более эксклюзивным становится статус. Иначе говоря, в российской системе исключения из общепринятых правил являются атрибутом высокого статуса. Он материализуется в практиках в самых разных сферах социальной жизни, в том числе и на улице. Лицо, обладающее правом на «мигалку», получает легальную возможность не знать и игнорировать правила дорожного движения.

Узаконенное нарушение закона выступает как зримый, демонстративный маркер высокого статуса. Машины со спецсигналами могут нестись на скорости, которая ограничивается только благоразумием водителя и/или статусного пассажира. Шофер такой машины может не различать цвета светофора и не знать

простейших правил уличного движения. Машина с «мигалкой» или кортеж превращаются в комету, несущуюся по улицам города, часто по встречной полосе, пересекая двойную сплошную линию (практика, которая ведет «простых граждан» к лишению прав на вождение). При этом спасение от спешащих важных персон становится частным делом «простых» водителей и пешеходов. Периодически случающиеся при таком вождении аварии обычно интерпретируются как следствие вины «простых граждан», которые не смогли вовремя среагировать на несущуюся «комету». Классическим примером такого правосудия стала авария, в которой погиб губернатор Алтайского края. «Простой» водитель, который не успел среагировать на несшийся на огромной скорости кортеж, был осужден как виновник ДТП со смертельным исходом. Массовые протесты, последовавшие за этим судебным решением, показали, что номенклатурная организация дорожного движения не имеет в глазах населения легитимного статуса и выполняет роль конфликтогенного фактора.

Органы центральной власти предприняли в начале XXI в. ряд мер по регулированию номенклатурных привилегий на улицах. Прежде всего было сокращено и фиксировано количество должностей, обладающих правом на «мигалку». Этот шаг власти можно интерпретировать по-разному. На поверхности лежит пиаровский текст, посыпаемый высшими органами власти обществу: «Это шаги к углублению социальной справедливости». Однако можно заглянуть глубже и увидеть иные смыслы. Например, коррупция, представляющая собой форму приватизации государственных функций, проявилась в продаже спецсигналов состоятельным людям, не имеющим отношения к системе власти. В такой форме приватизации проявляется нарушение корпоративных бюрократических интересов: отдельные милицейские чины в своих личных корыстных целях поставили на поток продажу спецномеров и спецсигналов, размывая этим самым систему символов номенклатурных привилегий. В результате нувориш ставился на одну доску с крупным чиновником, получая право передвигаться с нарушением правил дорожного движения. По существу, это покушение на символический капитал бюрократии со стороны буржуазии. Таким образом, «укрепление социальной справедливости» на улице при ином ракурсе анализа предстает как борьба за распределение символического капитала между высшей бюрократией и буржуазией.

Поскольку скорость выступает на улице в качестве символического ресурса, то появляется немало водителей, которые стремятся незаконно присвоить себе этот ресурс, демонстрируя вождение, которое официально разрешено лишь избранным владельцам «мигалок». При таком ракурсе нарушения скоростного режима частично можно интерпретировать как стихийные посягательства на номенклатурные привилегии.

Улица как зона риска. Массовая автомобилизация при сохранении уличной инфраструктуры советского общества, в котором численно безраздельно господствовали пешеходы, превращает улицы в зоны особого риска. Правда, парадоксально, что в ходе автомобилизации численность автокатастроф со смертельным исходом остается почти неизменной. Чем это можно объяснить? Вероятно тем, что пропорционально росту числа автомобилей сокращается и число пешеходов.

Таблица 4. Жертвы на дорогах России

	1990 г.	2000 г.	2006 г.
Нарушения ППД, повлекшие смерть (тыс.)	15,9	15,4	15,8

Источник: [Рос. стат. ежегодник. 2007, с. 309]

Зона уличного риска иерархически упорядочена. В случае столкновения автомобиля и пешехода риски распределяются явно неравномерно: как правило, последний становится жертвой, лишающейся здоровья или жизни, а водитель отделывается относительно небольшим наказанием за «неосторожность». Естественное неравенство тела пешехода и автомобиля очевидно, из него вытекает неравное распределение рисков, формирующее социальную иерархию улицы. Машина своими габаритами и динамикой навязывает идущим индивидам свое превосходство, и пешеходы редко рискуют оспаривать пространство дороги, предпочитая уступать даже там, где у них есть формальное преимущество. В силу этой логики водитель имеет на российской улице более высокий статус, чем пешеход. И реальная система кар эту иерархию воспроизводит в повседневных практиках.

Улица – это поле деятельности разнообразных преступников. И снова риски распределяются неравномерно. У тех, кто передвигается на своем автомобиле, меньше пространство риска. И в этом различии – еще один из мотивов приобретения автомобиля.

Уличную преступность можно интерпретировать в рамках модели Р. Мертона как проявление противоречия между, с одной стороны, навязываемыми обществом ценностями (в данном случае – материальное благосостояние, сексуальный успех), а с другой – отсутствием доступных легитимных путей к достижению этих целей. Преступный путь – это компромисс между этими несовместимыми для многих социальными предписаниями.

Можно выделить два направления отклонения от норм, распространенных на улицах.

1. Преступления, связанные с собственностью (грабеж, воровство, мошенничество). Человек не может законным способом заработать желанные деньги и приобрести желанные предметы, поэтому идет на то, чтобы отнять их у других. Общество потребления манит, не открывая легальных путей интеграции в него. По данным МВД РФ (2004 г.), почти три четверти зарегистрированных уличных преступлений – хищения чужого имущества, при этом 70% таких хищений совершается в крупных городах.

2. Сексуальные преступления. Неспособность добиться успеха у лиц противоположного пола законным, общепринятым способом порождает комплекс неполноценности, который порою преодолевают через сексуальное насилие. Точно оценить его масштабы сложно. В России по статье «Изнасилование» выносят в среднем шесть–восемь тысяч обвинительных приговоров в год. Но, по оценке московского центра «Сестры», это лишь верхушка айсберга.

«Из всех женщин, кто обращается к нам за помощью, – сказал директор центра, – лишь десять процентов идут потом в правоохранительные органы. И лишь в двух процентах из этих десяти дело в итоге передают в суд. Изнасилование

вания – ежедневные трагедии, которые каждый день происходят с десятками, если не сотнями женщин. В лучшем случае к этому никак не относятся, в худшем – говорят, что виновата сама. А сколько сил и нервов стоит довести дело до суда и посадить насильника!»

Уличная преступность порождает поле страха, которое трансформирует поведение в самых разных сферах. Перефразируя «теорему Томаса», можно сказать: риск, интерпретируемый как реальный, реален по своим последствиям. Страх столкнуться с преступниками становится постоянно действующим фактором принятия решений в пространстве улицы.

«Я регулярно возвращаюсь около часа ночи, и не знаешь, кто к тебе подойдет. У нас недалеко рынок, много лиц кавказской национальности, и неизвестно, что будет, если идти пешком» (1-03-ж).

Страх перед уличными преступниками сдерживает стремление к демонстративному поведению. Логика поля страха проста: не высывайся, и, может быть, преступник не обратит на тебя внимания. Индивид оказывается раздиаемым противоположными стремлениями: с одной стороны, притягивать взгляды своим блеском, а с другой – оставаться в тени во имя безопасности.

«Особого желания сталкиваться с маньяками нет, но зато есть подсознательная тяга к приключениям, а вернее к неприятностям и подсознательное желание, чтобы тебя замечали, на тебя обращали внимание...» (D-33-ж).

Демонстративное поведение, обеспечивающее выделение из толпы, может опираться на разные средства. Ключевую роль среди них играют дорогие вещи и акцентируемая сексуальная привлекательность, которая преступником может трактоваться и как символ повышенной доступности. Отсюда два направления обеспечения уличной безопасности:

1. Отказ от демонстрации наличия дорогих вещей.

«Из толпы лучше не выделяться, что у тебя лежит в кармане, не надо, например, показывать в автобусе. Лучше неходить ночью в дубленках и шубах, поэтому я стараюсь так и делать, чтобы себя обезопасить: не выделяться, чтобы не ограбили. Чем ты больше выделяешься, тем больше тебе нужно давать отчет в том, что твоя жизнь становится на это время опасной» (46-05-м).

Таким образом, страх, порождаемый уличной преступностью, стимулирует сдерживать склонность к демонстративному поведению и камуфлировать стратификационные границы.

2. Отказ от фокусирования внимания на своей женской сексуальности.

«Иду одна по пустынным улицам ночного города... почти блондинка, стуча почти каблуками... гордо подняв голову вверх, делая вид, что не замечаю подозрительных людей вокруг... а они смотрят на меня, у каждого из них в глазах можно прочитать: "Дурочка! Пустышка! Что же ты гуляешь одна по ночам?! Не я, так кто-нибудь другой пристанет к тебе на повороте!" Конечно же они так не думают, у них на уме совсем другое. Это я просто вижу отражение своих мыслей... Поэтому и делаю вид, что не замечаю их» (D-33-ж).

Эти страхи перед уличным сексуальным насилием выступают факторами, толкающими к смягчению гендерных границ, к выбору умеренных форм жен-

ственности. Кроме того, риски уличных сексуальных преступлений распределяются крайне неравномерно: как правило, жертвами становятся женщины и девочки, в меньшей степени – мальчики, крайне редко – мужчины. Таким образом, риски играют заметную роль в формировании в пространстве улиц гендерной иерархии.

Уличная толпа: феноменология социально-экономического неравенства. Неравное распределение материальных благ, если опираться на данные статистики и количественных социологических исследований, имеет в нашей стране форму недопустимо глубокой поляризации. Однако это социальное неравенство проявляется в уличных толпах на улицах Санкт-Петербурга в несравнимо более мягких формах. Почему социально-экономическое неравенство как статистическая социальная реальность при переходе к непосредственному восприятию существенно меняется?

На уровне непосредственного взаимодействия в уличной толпе видимыми остаются лишь немногие маркеры материального положения: одежда, обувь, прическа, макияж, аксессуары и т. д. Поэтому, если принимать видимые различия за подлинные, то возникает иллюзия социального равенства. И эта иллюзия выполняет важную роль социального стабилизатора: все кажется не так плохо, как есть в реальности. В результате видимость частично нейтрализует потенциал социального конфликта.

«Я этого социального неравенства не вижу и вообще считаю выявлять его лишним. Это как спор о Москве и Петербурге, абсолютно на пустом месте» (46-05-м).

Лишь крайние формы (на улице достаточно редкое явление) бросаются в глаза, но часто эффект их восприятия слаживается осознанием исключительности этой социальной поляризации.

«Я знаю, что неравенство есть, но я его не замечаю. Идет какой-то бомж или нафуфыренный бизнесмен – это есть, но у меня не сидит это в голове!» (91-05-м).

С первого взгляда многим кажется, что маркеры богатства очевидны, их легко распознать. И в реальность этих маркеров верят до тех пор, пока не появляются доказательства их неоднозначности. Для этого необходимо увидеть этих людей в непосредственной близости или услышать тех, кто видел.

«Есть у меня друзья, которые при своем достаточно высоком достатке вообще не уделяют внимания одежде, машине. Ездят на "жигулях", хотя доход позволяет ездить на "мерседесе". Одежду могут носить одну и ту же весь год» (36-04-ж).

Через призму такого опыта существование богатых в России очевидно, однако их распознание часто затруднительно, так как и им не чужда статусная рассогласованность.

«По тому, как человек сейчас одевается или имеет какую-то машину, трудно определить, богатый он или небогатый. Порою денег куры не клюют, а они одеваются как попало» (5-05-ж).

Многие информанты, принадлежащие к «пионерам потребления», признают, что издалека распознать качество и стоимость одежды обычно невозможно. Люди более явно делятся на тех, кто умеет себя подать и выглядеть элегантно, и на тех,

кто не способен играть своей идентичностью. Разумеется, такая способность в определенной мере связана с уровнем доходов: богатый может положиться на вкус персонала дорогого бутика или производителя элитной одежды. Но и в магазинах секонд-хэнда можно купить слегка поношенные стильные вещи и выглядеть при низких доходах очень элегантно. Реальные различия в одежде, обуви, косметике проявляются только с весьма близкого расстояния и только для сведущих людей. В уличной толпе нечасто возникает возможность взглянуться в детали, в которых проявляется статус, здесь доминирует поверхностный, скользящий взгляд, выполняющий функцию социального нивелирования.

Кроме того, социальная однородность уличной толпы – это не только видимость, но и реальность: состоятельные люди гораздо реже ходят по улицам, предпочитая передвигаться на автомобилях. В то же время и ряд категорий, подверженных риску бедности (престарелые, инвалиды, часть безработных) ведут в основном домашний образ жизни. Нищие же обладают противоречивым статусом. С одной стороны, они демонстрируют свою бедность и убогость. Это вариант театрализованного показного потребления, схожего, по сути, с поведением новых богатых, но диаметрально противоположного ему по форме: в одном случае демонстрируется успех, провоцирующий зависть, в другом – жизненный крах, вызывающий сочувствие. С другой стороны, под влиянием СМИ очень многие прохожие воспринимают нищенство не как реальную бедность, а как форму своеобразного «лохотрона», широко распространены представления об относительно высоких доходах просителей денег «на пропитание». В силу этого многие разводят нищенство и бедность, не рассматривают попрошаек как представителей реально обездоленных. Таким образом, если рассматривать уличную толпу как выборку, презентирующую общество, она оказывается весьма смещенной: в ней недопредставлены как богатые, так и бедные.

Этот тезис, впрочем, необходимо корректировать. В спальных районах состоятельные жители обычно оставляют машину у дома или на охраняемой автостоянке. Здесь их пребывание в статусе пешеходов очень кратковременно. Иначе обстоит дело в центре, который обладает повышенной потребительской и деловой привлекательностью для состоятельных людей в силу большой концентрации государственных учреждений, банков, дорогих магазинов, ресторанов. Проблема парковки и передвижения на машине на Невском стоит весьма остро, и потому здесь часто можно встретить обладателей дорогих автомобилей, которые вынуждены выйти на улицу и идти пешком к офису, магазину или ресторану. И здесь знаками статуса являются не корпус машины, а одежда, прическа. Маркером социального статуса порой выступают и телесные характеристики. Как можно определить в толпе состоятельную девушку?

«Ну, по цвету кожи: если она загорелая, значит лежала в солярии, значит, есть деньги» (94-05-м).

Однако солярий – это маркер лишь относительной состоятельности. И только для малообеспеченных людей возможность периодически его посещать выступает знаком достатка.

Для внимательного глаза и прически – своеобразная анкета.

«Можно судить по прическе, когда волосы подняты всячими гелями и так и сяк (о мужской стрижке) сразу видно: не в дешевом салоне сделано» (132-05-м).

Между тем эти детали недоступны скользящему взгляду, порождающему иллюзию социальной однородности толпы.

Метро

Метро в Санкт-Петербурге – яркий маркер современности: первая линия в этом городе была открыта в ноябре 1955 г. (в Москве – в 1935 г.). С этого времени в социальном ландшафте транзитивного пространства появилась новая чрезвычайно важная зона. В 2009 г. метро ежедневно пользуется 2,3 млн человек. В питерском метро 63 станции, протяженность пяти линий – 112,5 км.

Метро как театр. Социальная структура метро – это распределение ключевого ресурса (полезного пространства) в соответствии с формальными и неформальными правилами. Механизм этого распределения можно рассматривать через призму институционального драматургического подхода. «Поездка в метро» – повседневный спектакль, ежедневно ставящийся в театре под названием «Метрополитен».

Индивид, спустившись на эскалаторе, попадает на сцену, где идет спектакль, в котором ему отведена роль пассажира. Декорации (планировка станций, эскалаторы, вагоны и их интерьер) – это принуждающие социальные ресурсы. Эти декорации в значительной своей части представляют собой сетевые объекты [см. Ло 2006], которые теряют смысл вне контекста организуемого ими социального пространства. Функции режиссера выполняет персонал метро (13,5 тыс. человек). Режиссеры так организовали спектакль, что сложно (хотя и возможно) выйти за пределы сценария, направляющего каждого в жесткую колею игры.

«Режиссер» доводит свои правила игры до пассажиров разными способами. Во-первых, он организует «колеи» в физическом пространстве, сводящие к минимуму набор доступных вариантов поведения. В результате даже совершенно новый человек быстро вписывается в логику, навязываемую эскалаторами, переходами, дизайном вагонов. Во-вторых, в вагонах висят на стенах «Права и обязанности пассажиров», где детально описывается канцелярским языком, что можно и что нельзя. Но кому в голову придет их читать? Это случается, когда в переполненном вагоне пассажира придавят к правилам, оставляя простой выбор: либо стоять, закрыв глаза, либо читать инструкцию. В-третьих, во время движения по эскалатору и пребывания в вагоне пассажирам «доводятся до сведения» некоторые правила, которым в данный момент придается актуальный статус. В-четвертых, потоки вымуштрованных пассажиров – лучшие инструменты реализации замысла «режиссера». Посторонний индивид попадает в них, как в реку, несущую его в заданном направлении. В-пятых, новички следуют сценарию, подражая опытным актерам, почти всегда представляющим численное большинство. Мотив – боязнь быть «белой вороной».

Почти ежедневное следование этой колее превращает действия в полуавтоматические. Правила метро впитываются в мозг и тело, становясь, говоря в терминах П. Бурдье, габитусом, т. е. свободной привычкой. Особенно ярко это проявляется по утрам, когда в нескончаемом потоке различается немалое количество людей,

чи тела проснулись, но мозг продолжает спать. Однако это не мешает им четко исполнять роль пассажиров.

Любая структура обладает той или иной степенью свободы, оставляющей возможность выбора, т. е. индивидуального стиля исполнения стандартной роли. В зависимости от графика жизни и личных особенностей (темперамент, состояние здоровья и т. д.) пассажиры выбирают свои рациональные стили. Например, те, кто живет в условиях постоянного дефицита времени, часто выбирают вагон, близко расположенный к эскалатору или переходу, на платформе останавливаются там, где ожидается дверь вагона, вычисляя это место по степени стерности платформы или по концентрации старожилов на новых для себя маршрутах. Они проектируют свой путь по платформе, следуя рациональной траектории. Однажды обнаруженные эффективные пути превращаются в свободно выбираемый и в то же время привычный индивидуальный стиль. Поскольку люди различаются характеристиками, влияющими на выбор манеры исполнения стандартной роли пассажира, то в общем потоке возникают стилевые особенности, проявляющиеся в темпе движения и деталях пути. Выбор стиля свободный, однако за ним косвенно и неоднозначно проявляется влияние ряда характеристик социальной структуры. Так, одним категориям приходится жить в рамках жесткого графика и ездить на работу в часы пик, в то время как другие категории могут себе позволить гибкий рабочий график и неспешный, слабо структурированный ритм движения в метро. Однако относительно высокий профессиональный статус лишь косвенно связан с неспешным стилем пассажирского поведения. Немало высокостатусных должностей предполагают жесткость графика, в то же время пенсионеры и безработные свободны от такого прессинга.

Атомизация. Актеры театра «Метрополитен» играют по большей части роли одиноких людей, изолированными кометами несущихся в пустом пространстве. Здесь все загнаны в единый статус пассажиров, но в то же время все ощущают, что они носители иных, в основном невидимых здесь статусов. Отсюда ощущение, что вокруг полно чужаков, с которыми нет ничего общего, кроме коротких поездок в метро, хотя эти интервалы в конечном счете складываются в заметный отрезок биографии. Контакты с чужаками лучше минимизировать до простого пребывания на одной территории с ярко выраженным стремлением не замечать никого вокруг. Отсюда неписаное правило: не общаться с незнакомыми соседями по вагону и эскалатору: во-первых, неизвестно, кем они могут оказаться; во-вторых, мала вероятность, что между соседями по вагону есть что-то общее; а в-третьих, беседовать в шумном вагоне затруднительно. Разговор с незнакомыми людьми – в метро явление исключительное. Если в вагоне едут знакомые люди, то шум движущегося поезда делает нормальное общение затруднительным. Оно обычно сводится к обмену отрывочными фразами. Вполне естественно появляется стиль молчаливой поездки даже близких друзей.

Плееры обеспечили техническую поддержку этой атомизации. Пассажир, надев наушники, погружается в мир выбранной им мелодии. У каждого она своя и связывает с культурной программой своего сообщества, живущего где-то там наверху. Наушники изолируют индивида от окружения, погружают в иной мир, превращая физическую реальность транзитивного пространства в нечто иллюзорное.

Кроме того, наушники обеспечивают дополнительную изоляцию от посторонних: какой смысл обращаться к человеку, у которого уши закрыты? В этой технологии есть еще один стихийный механизм изоляции: до соседей из-под наушников долетает уже не музыка, а только раздражающие удары ударника, провоцируя сомнения в «культурности», «воспитанности» и вкусе соседа. Даже любимая музыка после такого препарирования превращается в чужую и неприятную. Таким образом, наушники усиливают господствующее в метро взаимное отчуждение.

Взгляд. В толпе пассажиров действует неписаное правило: «Делай вид, что ни на кого не обращаешь внимания!» В то же время взгляд и здесь выполняет функцию инструмента социального контроля. Тот, кто пытается сломать правила, чувствует осуждающие или презрительные взгляды, превращающие его в «белую ворону». Чаще всего он этих взглядов не видит, так как глаза вовремя отводятся, но механизм «зеркального Я», описанный Ч. Кули, толкает его к конформизму как оптимальной стратегии поведения. Контролирующий взгляд не виден, но ощущим.

Взгляд выполняет структурирующую функцию, отделяя, классифицируя как маргиналов и «ненормальных» тех, кто выбивается своим поведением из логики спектакля «Поездка в метро». Взгляд большинства сортирует «нас» и «их».

Распределение пространства. Основной ресурс, вокруг которого формируется социальная структура метро, – физическое пространство, распределяемое в соответствии с неписанными и частично писанными правилами.

В целом метро очень эгалитарно. Тут трудно рассчитывать на привилегии, вытекающие из служебного положения или размера кошелька: к шляпе «мигалку» не привинтишь и пять мест не купишь. Главный механизм определяется неукоснительно соблюдаемым правилом: «Кто первый вошел, тот и поедет сидя, а замешкавшийся постоит». Чтобы выиграть, действуя по этому правилу, часть пассажиров на первой станции готова пропустить поезд, чтобы дождаться следующего, в который они попадут первыми, поскольку точно знают, где будет дверь, и вовремя заняли позицию, максимально близкую к ней.

Однако есть механизмы, противоречащие принципу равенства возможностей. Невидимый «режиссер» через динамики объявляет о том, что ряд категорий пассажиров являются объектами позитивной дискриминации: инвалиды, пожилые люди и беременные женщины. Всех пассажиров регулярно призывают уступать им место. Кроме того, в вагонах выделяются места, которые специальными знаками обозначают, что они предназначены для инвалидов и пассажиров с детьми.

Однако формальные правила становятся правилами лишь при условии их соблюдения. В противном случае это высказывание, совершенно не имеющее отношения к поддержанию социального порядка. Призывы уступать места инвалидам, беременным и пожилым слышны лишь частично, поскольку наталкиваются на хитрости, обеспечивающие хорошую «звукозоляцию». Так, при появлении представителя привилегированной группы усталый пассажир нередко проявляет вдруг нахлынувшую сонливость и закрывает глаза или глубоко погружается в чтение. Беременность или инвалидность могут быть не замеченными, а возраст претендента комплиментарно занижен. Однако в целом это правило действует как регулятор поведения не каждого пассажира, а сообщества: пройдя по салону, кандидат на привилегию, обладающий явными маркерами своего статуса, несомненно найдет

сознательного пассажира. Закон больших чисел обеспечивает исполнение правил, не пользующихся универсальным признанием.

Запахи в метро. Частью культуры общества являются предписываемые ею техники ухода за телом и контроля запахов, которые регулируются комплексом ценностей и норм, превращаются в предмет интерпретации: по ним определяют «кто есть кто». Вследствие этого запах превращается в своего рода символический ресурс, в той или иной мере конвертируемый в иные ресурсы (престиж, социальную дистанцию) и производимый с помощью разного рода прочих ресурсов (деньги, вкус, знание технологии, коммунальные удобства, моющие средства, парфюмерия). Как и любой иной ресурс, он выступает в обществе со знаками «плюс» и «минус». Запах, адекватный вкусам и ценностям данной среды, повышает статус и привлекательность индивида, а запах, противоречащий им, понижает их, чреват социальным исключением.

Как и любой иной ресурс, запах неравномерно распределен в социальном пространстве на основе ресурсного и вкусового критериев («могу – не могу себе позволить подобающий контроль» и «хочу – не хочу его осуществлять»). Иначе говоря, мало иметь материальные возможности для адекватного данной культуре контроля гигиены тела и запахов, надо еще иметь желание следовать этим нормам. Глубина различий между этими принципами не столь велика, как она предстает на уровне здравого смысла. Длительное пребывание в определенной части социального пространства ведет к превращению навязываемых там стандартов контроля запахов в свободный вкус, проявляемый в качестве привычки. Таким образом, запах выполняет функцию конструирования границы между «своими», т. е. обладающими «приятным» запахом, и «чужими», которые «дурно пахнут».

Запах – это социальный маркер, распознаваемый только при близком телесном контакте. В транзитивном пространстве такой имеет место прежде всего в общественном транспорте. Многие информанты, избегающие пользования метро, в качестве одного из первых по порядку перечисления аргументов называли наличие там людей, либо обладающих «дурным запахом», потому что редко моются, либо пахнущих «дешевыми», «неприятными» духами, используемыми «без чувства меры». В вагонах метро, где люди нередко прижаты друг к другу так близко, что телесный запах теряет интимный характер, он выступает стимулом поддерживать физическую дистанцию, через которую проявляется дистанция социальная: от людей с неприятным запахом стремятся отойти подальше.

Крайним и часто встречающимся вариантом дурно пахнущего пассажира является бомж, лишенный возможности придерживаться общепринятых гигиенических правил. Вокруг него в вагоне образуется ярко выраженная пустота. Если он сидит, то, как бы ни было тесно в вагоне, минимально наблюдаемая дистанция между ним и другими пассажирами – одно свободное место. В категорию нарушителей гигиенических норм, провоцирующих стремление дистанцироваться, порою попадают люди, занятые физическим трудом и лишенные возможности принимать на работе душ, пассажиры дальних поездов, жители домов, где постоянно или периодически отсутствует горячая вода, а также те, кто в силу разных причин не могут или не хотят следовать гигиеническим нормам. В последнем случае вкусовая дифференциация не жестко, но коррелирует с социальной.

«Свои» и «приезжие». Администрация метро периодически использует в объявлениях формулу «петербуржцы и гости нашего города». Эта формула выделяет две социальные общности, переплетающиеся под землей.

Логика спектакля «Поездка в метро» местными жителями обычно не замечается, так как она привычна и входит в категорию само собой разумеющегося порядка, который не проблематизируется. Однако когда на «сцену» метро попадают «чужаки», которые не могут или не хотят играть, «как положено», то обнаруживается, что, в принципе, в этом спектакле можно вести себя и по-другому, но тогда нарушается его слаженность, возникают нестыковки и конфликты. Итак, «чужак» не умеет «правильно» играть свою роль. Например, «свой» стоят на эскалаторе справа, позволяя пассажирам, избравшим динамичный стиль, идти или бежать по левой стороне эскалатора. «Чужаки» этого не понимают или понимают не сразу. Они становятся справа или посередине, ставят свои сумки и чемоданы так, что мимо них трудно пробегать. По таким мелочам, как поведение на эскалаторе, распознаются приезжие. Они нередко располагаются в вагоне у дверей, боясь пропустить свою станцию и создавая помехи при входе и выходе. Наличие у них чемоданов и вещей также физически конструирует статус чужаков. При этом такие материальные маркеры инаковости выступают в качестве важных факторов организации взаимодействия в толпе пассажиров.

Чужаки выбиваются из слаженной игры и тем, что плохо ориентируются в метро. Их узнают по картам и схемам, с помощью которых они пытаются разобраться в маршрутах. Они останавливаются посреди потока, пытаясь прочесть указатели. Они идут, игнорируя наиболее рациональные маршруты. В результате в потоке пассажиров происходит формирование границы между «нами» (местными) и «ими» (приезжими). «Чужие», входя в вагон, часто пробиваются к тому месту, где находится карта, обычно бесполезная для местных. Такая любознательность выделяет их из толпы.

Неадекватное исполнение чужаками своих ролей мешает и раздражает основных актеров, которые пытаются (часто бессознательно) загнать их в колею «правильной» игры. Например, бегущие по эскалатору могут цеплять плечом вольготно расположившихся провинциалов. Один-два таких «нечаянных» толчка, и гость усваивает правильное поведение. Как-то я пошел по эскалатору неспешным шагом праздного туриста, но вскоре услышал за спиной напряженное дыхание бегущего человека, который бросил: «Для прогулок есть иные места!» Я тут же сошел с дистанции и застыл на правой стороне эскалатора.

Приезжие делятся на две основные категории. Во-первых, это туристы. К ним «настоящие» петербуржцы относятся в целом дружелюбно. Туристический поток вызывает у них прилив чувства гордости от осознания того, в каком привлекательном городе они живут. Многие люди, ездившие в Петербург, отмечают, что здесь жители относятся к туристам более благожелательно, чем москвичи, лучше знают свой город и часто готовы помочь гостю разобраться в нем. Можно говорить о существовании уже в течение длительного исторического периода мифа об «интеллигентных петербуржцах». Правда, в потоке мигрантов этот миф быстро размывается, хотя не так быстро, как миф о «настоящих москвичах».

Иностранцы в питерском метро теряются: тут почти все на русском языке, а большинство зарубежных туристов не знают даже основ кириллицы. Поэтому одним из факторов культурного шока они нередко называют недружественную по отношению к иностранцам систему навигации в метро.

Во-вторых, это мигранты – внутренние и иностранные, приехавшие легально и нелегально на заработки в Питер. Это культурно иная общность, претендующая на то, чтобы стать петербуржцами, отвоевав у коренных жителей часть их благ. Это и пугает, и раздражает часть населения, выражающего с давних времен свои эмоции лаконичной фразой «понаехали». Из этого отчуждения, существовавшего и в советское время, выросла радикальная ксенофобия, всплески которой периодически случаются и в метро.

Расовая структура. Метро – это социализированное физическое пространство, где активно идет конструирование расовой структуры. Время от времени в метро случаются нападения людей, задним числом определяемых как «скингеды», на пассажиров с чертами расовой инаковости. Это уже крайнее проявление неформального расизма, превращающего оттенки цвета кожи, волос, разрез глаз в ресурсы, формирующие негативный социальный статус.

Гендерная структура. Как показало структурированное наблюдение, проведенное в июне 2009 г. в петербургском метро, в половой структуре пассажиров прослеживается явное смещение пропорций: мужчины составили 43%, а женщины – 64%. Это следствие преобладания мужчин среди водителей частных автомобилей. Если в семье одна машина, то чаще всего ее водит муж, а жена и дети пользуются метро.

Пассажиры метро – носители ярко выраженных маркеров гендерной идентичности: одежда, обувь, прически, макияж, сумки. Это характерно и для улицы, специфика же метро – в относительной статичности визуального взаимодействия: находясь на эскалаторе и в вагоне в относительной неподвижности, пассажиры длительное время смотрят друг на друга, имея возможность не просто увидеть эти маркеры, но и разглядеть их. В процессе разглядывания в головах людей возникают гендерно структурированные картинки реальности.

Метро можно рассматривать как сцену, куда актеры выходят в «подобающих» костюмах. Однако специфика транзитивного пространства в том, что его влияние на костюм ограничено: внешний вид пассажира формируется в первую очередь требованиями того места, в которое он отправляется. Нередко информанты подчеркивают, что не задумываются о том, как они будут выглядеть в общественном транспорте или на улице. Однако такое утверждение часто бывает неосознаваемой натяжкой. В холодное время года костюм транзитивной сцены заметно отличается от одежды на рабочем месте или дома: появляются пальто, куртки, теплая обувь, шапки. И чаще всего они выбираются с учетом механизма «зеркального Я»: «А как я буду смотреться на людях?»

Правила поведения в житейском спектакле «Поездка в метро» существенно отличаются от тех, которые приняты за пределами общественного транспорта. Здесь высокий дефицит пространства кардинально меняет представления о допустимой физической дистанции: то, что совершенно неприлично на улице или в офисе, становится «нормальным» или «терпимым» в вагоне метро. Даже при

слабом заполнении вагонов, когда все пассажиры могут найти места для сидения, они располагаются, слегка соприкасаясь друг с другом. При среднем заполнении, когда свободных мест нет, но можно относительно свободно стоять, физическая дистанция колеблется у той границы, за которой начинается зона интимности. В часы пик эта граница ломается и совершенно незнакомые люди стоят, прижавшись телами друг к другу. Здесь случайно соприкасаются руки, распущенные женские волосы оказываются на лицах соседних мужчин и т. д. При этом поддерживаются правила приличия, требующие не замечать соседа (соседку), демонстрируя полную индифферентность.

Смысл такого изменения границы обнаруживается при взгляде со стороны людей, обычно не пользующихся общественным транспортом с такой высокой степенью заполнения. Американки из небольших провинциальных городов описывали мне свои впечатления от поездки в общественном транспорте в часы пик как культурный шок: так близко с посторонними мужчинами им прежде быть не доводилась. Одна из них интерпретировала такую телесную близость как «сексуальные домогательства». Однако для людей, которые растут в условиях огромного города и с раннего детства ездят в такой тесноте, принудительная интимная близость становится «терпимой» или «нормальной». Спектакль «Поездка в метро» радикально сдвигает правила игры. Более того, появляются люди, для которых это своего рода привлекательный сексуальный эксперимент.

С точки зрения сексуальности метро – парадоксальное место. С одной стороны, для большинства людей в большом городе нет других сопоставимых возможностей столь неспешно и обстоятельно рассмотреть критическим взглядом большое количество новых и потенциально привлекательных людей. Где еще незнакомые люди по несколько (порою десятков) минут сидят и стоят рядом в неподвижности? С другой стороны, шансы встречи потенциального партнера предельно минимизируются широко принятой культурной программой, рассматривающей знакомства в метро как «недопустимые», «неприличные».

В результате у людей нередко возникает впечатление, что их судьба, вполне вероятно, пролетает мимо. Это остро осознаваемое противоречие между физической вероятностью встречи и блокирующими ее культурными табу выливается в сообществе «Встречи в метро», организованной в «Живом журнале».

Разумеется, есть люди, которые пытаются это противоречие устраниить как абсурдный анахронизм. Однако мало одной стороне отвергнуть культурную норму, надо, чтобы это же делали и другие. Эти люди делают попытки знакомиться в метро (особенно после употребления алкоголя), но часто сталкиваются с тем, что другая сторона стойко придерживается принципа: «Приличные девушки в метро не знакомятся, особенно с выпившими мужчинами». Кроме того, физические условия поездки в метро (прежде всего сильный шум) существенно ограничивают возможности для нормального общения.

Метро – это пространство, где развертывается борьба за дефицитные места для сидения. Гендерные нормы в определенной мере касаются этого порядка. Миры о сильном и слабом (прекрасном) полах предполагают, что «настоящий мужчина» настолько силен, что должен уступить место «слабой» женщине. Однако дискурс относительно этой ситуации противоречив. С одной стороны, это

норма галантности, уходящая корнями в европейский дворянский этикет. Естественно, что «люди из народа» эту норму либо не знают, либо знать не хотят. С другой стороны, культурный феминизм, влияние которого, хотя и в слабой форме, прослеживается и в России, отвергает эту норму как культурный механизм воспроизводства гендерной социальной иерархии, в которой женщина интерпретируется как слабое и нефункциональное существо. Поэтому вестернизированный русский интеллигент порой не рискует уступить место, боясь унизить женщину, которая может оказаться феминисткой.

В результате на уровне повседневных практик метро эта норма галантности почти не действует. Лишь изредка мужчина уступает женщине место, следуя старому этикету: «Садитесь, пожалуйста». Чаще можно наблюдать символическую игру: Он «просто» встает и отходит, т. е. совершает действие, не ориентированное на Нее, а Она «просто» садится на «случайно» освободившееся место. Здесь игра открыта для свободных интерпретаций. С этими ситуациями не стоит путать предоставление места пожилой женщине: ей уступают не как представительнице «слабого и прекрасного пола», а как пожилому человеку. Это уже логика иного типа социальной структуры.

Возрастная структура. Возрастная структура конструируется формальными и неформальными средствами. Закон правительства Санкт-Петербурга «О дополнительных мерах социальной поддержки детей и молодежи в Санкт-Петербурге» (2008 г.) предусматривает целый ряд категорий молодежи, которым за счет бюджета предусматривается полная (дети до семи лет, дети-инвалиды, дети из многодетных семей, обучающиеся в учебных заведениях) или частичная (студенты высших и средних профессиональных заведений) оплата проезда. Есть льготы для пенсионеров. Однако петербургское метро характеризуется относительно однородным возрастным составом. В нем очень слабо представлены и дети, и старики. За этой особенностью стоит целый ряд механизмов социального исключения.

Таблица 5. Возрастная структура пассажиров петербургского метро

Возрастные группы	Численность, чел.	%
Дети	32	5,3
Молодежь	267	44,4
Взрослые (примерно от 30)	270	44,9
Пожилые	33	5,5
Всего	602	100,0

Источник: По данным структурированного наблюдения в июне 2009 г.

Жизнь детей, как правило, локализована одним микрорайоном, за пределы которого родители боятся их выпускать из соображений безопасности. Исключение – дети, которых отправляют заниматься в престижных кружках и секциях центральных районов города. Кроме того, основная детская инфраструктура, как правило, локализирована в микрорайоне: детский сад, школа, спортивные секции, торговые центры, поликлиника, места прогулок и т. д. Иначе говоря, им обычно «нечего делать в метро».

Подобные инфраструктурные факторы обеспечивают исключение из метро и престарелых. Кроме того, условия передвижения в метро (давка, темп, атмосфера подземелья, тяжелый воздух и т. д.) превращают такие поездки для них в фактор риска. Они нередко объясняют свое стремление избежать поездок в метро тем, что «чувствуют себя там плохо», «боятся упасть в обморок» и т. д. Эта категория людей, когда вынуждена пользоваться метро, обычно стремится сдвинуть время поездки за пределы часа пик. Таким образом, метро – это место для относительно здоровых и сильных.

Формальные правила поведения в метро, вывешенные в вагонах и периодически объявляемые по громкой связи, предполагают, что пожилые люди и пассажиры с детьми (видимо, малолетними) пользуются привилегией в получении дефицитных мест для сидения. Кроме того, в вагонах специальными табличками обозначаются места, резервируемые для пассажиров с детьми. Как показывают наблюдения, эти правила обычно большинством принимаются и выполняются: при появлении представителей этих льготных возрастных групп места им уступают. Однако исходная точка такого взаимодействия – социальная идентификация, которая в повседневном общении носит вероятностный характер (интерпретация обычно неоднозначная), опирается на размытые и противоречивые критерии. Кого понимать под «детьми» и «пожилыми людьми»? Официального определения нет, а если бы и было, то его перевод из бумажной реальности в визуальную предполагает процесс индивидуального распознавания возраста, неизбежно чреватого противоречиями. В дискурсе о возрастных привилегиях возникают и принципиальные расхождения: например, шестилетнему ребенку лучше сидеть или в целях воспитания уступить место старшим? Не проще и с «пожилыми». При каких внешних признаках можно сказать, что этому человеку труднее стоять, чем обычному взрослому пассажиру? Возникают и этические сомнения: не всем приятно, когда их определяют как немощных «пожилых», даже компенсируя неприятный осадок перспективой получения места. Немолодые женщины, которым уступают место, порой не могут скрыть мучительных раздумий: им уступили как «даме» или как «пожилому человеку». В первом случае приятно, во втором – может быть оскорбительно. И они реагируют по-разному.

«Здоровые» и инвалиды. Под инвалидом обычно понимают человека, который в силу врожденных или приобретенных физических недостатков испытывает существенные затруднения в осуществлении тех действий, которые здоровому человеку даются более или менее легко. Инвалид как категория социальной политики – это тот, кто имеет право на пенсию по инвалидности. Всего в России на 1 января 2007 г., согласно данным официальной статистики, насчитывалось более 13 млн инвалидов совершеннолетнего возраста [Российский статистический ежегодник 2007]. Это более 9% населения страны. Из них 7 млн нетрудоспособных [Стенографический отчет...]. Вообще же оценки их численности колеблются от 10 до 15 млн. В Санкт-Петербурге численность зарегистрированных инвалидов на 1 января 2001 г. составила 600 тыс. чел., или более 13% населения города.

Оснований для получения статуса инвалида и, следовательно, типов инвалидов много, но в пространстве метро они проявляются в основном как категория людей, использующих специальные приспособления, облегчающие передвиже-

ние, — трости, костыли, инвалидные коляски. Остальных инвалидов в метро не видно, следовательно, как социального факта их нет. В таком взаимодействии визуально не распознаваемый статус фактически не существует.

Если использовать критерий инвалидности, то пассажиры метро впечатляют своим видимым здоровьем. Люди с тростью и особенно на костылях встречаются достаточно редко. Колясочников-пассажиров увидеть почти невозможно. Эта категория представлена только нищими, которых на колясках возят по вагонам сопровождающие их компании.

Удивительное здоровье, демонстрируемое пассажирами, объясняется просто: человеку, имеющему серьезные проблемы с ногами, в подземку самостоятельно не попасть. Здесь нет никаких возможностей спуститься по эскалатору и сесть в вагон. На каждом шагу встречаются лестницы, преодолеть которые можно только при наличии очень сильного сопровождающего лица. Эскалаторы также непреодолимы без посторонней помощи. Таким образом, метро выступает пространством бескомпромиссного социального исключения инвалидов, имеющих проблемы с опорно-двигательной системой. Правда, 2 октября 1992 г. Указом Президента Российской Федерации «О мерах по формированию доступной для инвалидов среды жизнедеятельности» было положено начало преобразованию среды с учетом потребностей инвалидов. Однако обнаружить признаки выполнения этого указа в метро обычному пассажиру очень сложно, так как нет механизмов принуждения к исполнению этого указа и/или государственной воли этим заниматься. В 2009 г. в Санкт-Петербурге имелась лишь одна станция («Парнас»), оборудованная специальным лифтом для спуска инвалидов-колясочников. На других станциях, даже новых, они не предусмотрены. Поэтому даже на «Парнасе» инвалиду нет смысла пользоваться этим чудом гуманной цивилизации: как подниматься на другой станции?

Формально администрация метро заботится об инвалидах и предлагает им меры «позитивной дискриминации»: специальные места в вагоне, предназначенные для этой категории пассажиров. Однако, как уже отмечено, легко опознаваемых пассажиров здесь почти нет, а остальным, чтобы воспользоваться этим декларируемым правом, необходимо публично объявить о своей физической неполноценности. За многие годы пользования метро я встретил только один случай такой публичной попытки добиться реализации своего права при отсутствии видимых маркеров недееспособности: женщина громко потребовала от молодого человека уступить ей место, так как она инвалид. Тот ее осмотрел, видимых признаков инвалидности не нашел, но, пожав плечами, место уступил. Поэтому места под табличкой «для инвалидов» занимаются в общем порядке.

Метро как зона риска. Каждой части социального пространства свойственные специфические риски. С точки зрения объективистской методологии риск — это статистическая вероятность столкновения в этой зоне с нежелательными или опасными явлениями (например, с преступлениями). По данным милиции, ежегодно в петербургском метро официально фиксируется 600–700 краж и ограблений. Раскрывается не более трети. Сколько совершается нерегистрируемых преступлений, трудно даже предположить. С точки зрения деятельностно-конструктивистской методологии, риск — это представления социальных субъектов о вероятности наступления нежелательных последствий, превращающиеся в реальные действия по

избеганию этих рисков. Здесь тоже действует «теорема Томаса»: ситуации, которые люди определяют как реальные, реальны по своим последствиям. В данном случае это реальные меры предосторожности: избегание знакомств, блокирование руками своих сумок и т. д. Крайняя форма – отказ пользоваться метро, форма, реальная лишь при наличии доступной альтернативы. Сконструированный риск существенно выше, чем официальный статистический, так как, во-первых, реальный уровень преступности в метро заметно выше регистрируемого; во-вторых, информация о реальных преступлениях распространяется по неформальным каналам, создавая впечатление об очень высоком риске; в-третьих, эта информация наслаждается на неверие населения в то, что милиция что-то может и хочет с этим сделать. Даже губернатор В. Матвиенко, выступая на коллегии ГУВД, обвинила сотрудников этого ведомства в «ничегонеделании и нежелании» защитить население от преступников, которых пассажиры уже знают в лицо.

Во время данного исследования мой американский коллега поймал в петербургском метро за руку вора, который пытался украсть у него фотокамеру. После этого он провел полчаса в тщетных усилиях сдать преступника милиции. Дежурный по станции заявил, что их милиционер сегодня не работает, а если бы и был на службе, то ничего не сделал бы, поскольку кражи – сфера уголовного розыска, поэтому надо идти в отделение милиции, расположенное в другом месте. Гость вынужден был отпустить воришку, сфотографировав его «на память». До милиции он все же дошел, там рассказал о случившемся, сообщив телефон свидетеля, у которого есть и фото преступника (в милиции не было технической возможности скопировать снимок). Однако все на этом и закончилось: никто свидетелю не звонил и не пытался получить фото. Я разместил этот снимок в сообществе «Встречи в метро» в «Живом журнале», где тут же нашлись люди, знающие этого воришку в лицо. И таких историй неэффективности или умышленной бездеятельности милиции люди знают множество и пересказывают их друг другу. Таким образом, в метро воспроизводится граница и между «нами» (пассажирами) и «ими» (властью), которая в лице милиции не меня бережет.

Война в Чечне положила начало новому феномену: терактам в метро. И хотя они все происходили в Москве, страх перед ними захватил и пассажиров питерского метро. Длительное время многие люди воспринимали подземку как зону особого риска именно по этой причине.

Социальное время метро. Социальное время – это последовательность социальных событий, ситуаций. Оно описывается простым утверждением: «Сначала было А, потом – Б, а затем – В». Оно проблематизируется с помощью вопроса «как последовательно упорядочены интересующие нас ситуации?». Другое важное измерение социального времени – длина интервалов, разделяющих ситуации. Время – атрибут социального пространства, но в разных его участках оно характеризуется своей плотностью, насыщено разными ситуациями, различается длиной интервалов. И одно из важнейших направлений социальной структурации касается социального времени.

Еduющие в метро отличаются от автомобилистов и пешеходов разным содержанием социального времени, в которое они погружены. Череда разных практик и различия в их плотности составляют важные характеристики этих групп.

Все, кто едет в метро, погружены в один поток времени, включены в один интервал, измеряемый промежутком между началом и концом поездки. Однако этот интервал заполняется различной сопутствующей деятельностью и характеризуется разной плотностью.

Важнейшим фактором, определяющим различия в плотности социального времени метро, является процесс гибридизации, т. е. совмещения поездки с теми или иными видами деятельности. Ее смысл – в уплотнении времени транзитивного пространства. Этот процесс подвержен дифференциации: одни уплотняют время, другие нет, различаются и способы уплотнения. Поскольку время – это один из важнейших ресурсов, которые потенциально могут конвертироваться в иные ресурсы, то различия в содержании гибридизации порождают различия в процессе воспроизведения статусов.

Таблица 6. Гибридизация поведения пассажиров петербургского метро

Виды активности	Численность, чел.	%
Взгляд в себя, в пустоту, вокруг и т. д.	326	54,1
Сидят с закрытыми глазами	55	9,1
Читают книги	50	8,3
Читают газеты	24	4,0
Просматривают бумаги	4	0,7
Слушают плеер	46	7,6
Используют телефон (игры, смски и т. д.)	17	2,8
Общаются	71	11,8
Пьют напитки	2	0,3
Другие виды деятельности	1	0,5
Всего	603	100,0

Источник: По данным структурированного наблюдения в июне 2009 г.

Факторы гибридизации можно разбить на два типа:

- 1) ресурсные факторы, описываемые через определения типа «могу – не могу себе позволить» необходимые технические средства (например, плеер, iPod и т. д.), книги, журналы и т. д.;
- 2) вкусовые, описываемые в терминах «нравится – не нравится, хочу – не хочу». Однако такое деление очень поверхностно. При ближайшем рассмотрении факторы первого и второго типа оказываются тесно переплетенными: социальное положение, описанное через наличные ресурсы, формирует личностные характеристики индивида, которые, в свою очередь, ведут к воспроизведству или разрушению имеющегося статуса, определяют траекторию восходящей или нисходящей социальной мобильности.

Так, индивид, воспитанный в среде (семья, школа, друзья и т. д.), где статус человека, определяется его культурными ресурсами, превращает исходно внешние предписания в систему личных предрасположенностей. Следуя им, он приобретает

и наращивает культурные ресурсы, обеспечивающие его статусную стабильность или даже восхождение по ступеням социальной иерархии. Эта логика социальной стратегии проявляется в повседневных практиках чтения во время поездки в метро профессиональной литературы и конспектов, выполнения в поездке домашних заданий, прослушивания записей иностранных аудиокниг, в чтении серьезных журналов и художественной литературы.

Тот же интервал может заполняться гибридизацией, направленной на то, чтобы убить время: чтение бульварной литературы и желтой прессы, игра на мобильнике и т. д. Время может заполняться незаметными постороннему глазу размышлениями, обдумыванием профессиональных планов, но оно же может быть без остатка заполнено бегом беспорядочных, сумбурных отрывков мыслей ни о чем, разрозненных впечатлений, тупым созерцанием чего-то в себе или вовне (бытовая форма медитации). Это также форма убийства пустого времени, которое переживается как мучительная или в лучшем случае неприятная процедура. Если учесть, что пребывание в метро у многих ежедневно занимает заметный отрезок времени, то легко понять, что жизнь под землей с целью убить пустое время ведет к потере существенных ресурсов, а следовательно, и шансов на восходящую социальную мобильность.

Формы гибридизации активности в метро заметно коррелируются с полом (коэффициент Пирсона – 0,046): женщины чаще читают книги, мужчины – газеты, немного чаще слушают плееры. Менее заметная корреляция с возрастом (коэффициент Пирсона – 0,213): молодежь заметно чаще слушает плеер и занимается мобильным телефоном, люди среднего возраста чаще читают газеты.

Реклама как фактор социальной структурации. Реклама выступает одним из факторов социальной структурации. Пассажиры метро для рекламистов – относительно однородная социальная общность, рассматриваемая как целевая группа потребителей. И реклама, размещаемая в метро, активно формирует ее спрос как важный аспект социального статуса. Здесь активно предлагаются товары и услуги, рассчитанные на людей с относительно невысокими доходами. Кроме того, пассажиры сортируют рекламу по критерию релевантности. Например, реклама правовой помощи призывникам имеет отношение к жизни далеко не всех людей. В результате происходит внутренняя сегментация пассажиров.

Потребление рекламы в метро отличается относительно высоким уровнем принуждения. В течение более или менее продолжительного времени существенная часть пассажиров, не занятая чтением и сном, вынуждена куда-то смотреть. И на какую бы часть вагона ни упал взгляд, он натыкается на яркую рекламу, призывающую что-то купить. При высокой степени плотности нередко взгляд нельзя никуда отвести, а смотреть на соседей «неприлично». И пассажиры подолгу смотрят на одну и ту же рекламу, оказавшуюся перед глазами, невольно перечитывая ее раз за разом. Для характеристики этой практики рекламистов напрашивается категория «зомбирование».

Поскольку товар – это не просто вещь, а элемент программирования стиля жизни, реклама выступает в качестве агента социальной структурации, который через внушение формирует те или иные варианты жизнедеятельности.

Социальная относительность пространства города. Социальное пространство относительно. Оно измеряется категорией доступности, которая операцио-

нализируется через критерии затрачиваемого времени, его наполнения, затраты энергии, характер переживания пути и т. д. И здесь происходит индивидуализация пространства: то, что для одних «всего 20 минут», для других – «целых 20 минут».

Метро обеспечивает быстрое перемещение в транзитивном пространстве для всех пассажиров. Однако часто дом и рабочее место находятся на более или менее значительном удалении от станции метро. В результате перемещения превращаются в сложные и дорогие комбинированные действия, включающие переход пешком и передвижение на разных видах транспорта с пересадками. Схема линий петербургского метрополитена давно уже не соответствует масштабам города. Удельный вес городских территорий, находящихся в зоне пешеходной доступности, составляет в центре 58%, в северных районах – 24%, в восточных – 23,5%, в южных – 12,7%. В целом зона пешеходной доступности станций метро в Санкт-Петербурге составляет менее 30% городской территории [Приложение № 1, 2004].

В результате преимущества общественного транспорта с точки зрения скорости и предсказуемости передвижения оказываются для существенной части населения сомнительными, так как до станций метро приходится добираться наземным транспортом, что связано с риском попадания в пробки и опозданий. Все это еще более стимулирует стремление к автомобилизации личного образа жизни. Лишь реализация планов развития в городе скоростного общественного транспорта может повысить его конкурентные преимущества по сравнению с частным автомобилем.

Резюме

Социальная структура общества конструируется, воспроизводится и трансформируется в повседневной, рутинной деятельности людей, распределяющих природные и социальные факторы на ресурсы и помехи (хлам, мусор и т. д.), включающих их в свою деятельность в соответствии с усвоенными ими правилами. Одно из мест, где развертываются такие процессы социальной структурации, – транзитивное пространство города: улицы, парки, дворы, метро и т. д.

Физическое пространство города, приобретая дискурсивный характер, становится социальным транзитивным пространством. Разные способы его определения и присвоения, вытекающие из механизмов возможностей и вкусов, ведут к формированию в нем социальных общностей (часто имеющих флюидный характер), которые самыми разными каналами связаны с традиционными для социологии категориями – классами, стратами, гендерными, профессиональными, возрастными и подобными группами.

В данной статье, разумеется, не ставилась цель дать полное описание всех бесчисленных процессов социальной структурации. Это цель, неадекватная жанру статьи. Данная работа – это всего лишь попытка увидеть в банальных процессах взаимодействия, каждодневно происходящего на улицах и в метро, логику рутинной социальной структурации, без которой процессы формирования социальной структуры превращаются в абстрактные построения, не распознаваемые в реальной жизни.

Литература

- Бурдье П. Социология социального пространства. СПб.: Алетея, 2005.
- Вахштайн В. Социология вещей и «поворот к материальному» в социальной теории // Социология вещей / под ред. В. Вахштайна. М.: 2006.
- Викторова Н., Донских Е. 21 год бездорожья // Аргументы и факты. 2009. № 31.
- Гидденс Э. Устроение общества. Очерк теории структурации. М.: Академический проект, 2003.
- Ильин В.И. Социальное неравенство. М.: Институт социологии РАН, Центр социологического образования, 2000.
- Ильин В.И. Быт и бытие молодежи российского мегаполиса: социальная структурация по-вседневности общества потребления. СПб.: Интерсоцис, 2007.
- Ильин В.И. Потребление как дискурс. СПб.: Интерсоцис, 2008.
- Латур Б. Где недостающая масса? Социология одной двери // Социология вещей / под ред. В. Вахштайна. М.: 2006.
- Ло Дж. Объекты и пространства // Социология вещей / под ред. В. Вахштайна. М.: 2006.
- Приложение № 1 к Постановлению Правительства Санкт-Петербурга от 23.01.2008 № 44: Концепция развития метрополитена и других видов скоростного внеуличного транспорта в Санкт-Петербурге на период до 2020 г. (<http://transport.vpeterburge.ru/articles/post20080123.php>).
- Российский статистический ежегодник. 2007 г. М.: Статистика и финансы, 2008.
- Россия в цифрах. Федеральная служба государственной статистики. 2009. М.: Росстат, 2009.
- Стенографический отчет о заседании Совета по делам инвалидов. Официальный сайт Президента России: <http://www.kremlin.ru/text/appears/2009/04/214924.shtml>.