§ 12. ВИЗУАЛЬНАЯ ЭКОЛОГИЯ ТРАНСПОРТНЫХ МЕДИАЦИЙ

Все мое, но не надолго,
все не насовсем на память,
а мое, пока гляжу.
Неоглядны, необъятны,
а подробны аж до жилки,
до песчинки, до каждой капли
— пейзажи.
Не сберечь мне ни былинки
в полной подлинности зримой.
Приветствие с прощаньем
в одном и том же взгляде.
Обретенье и потеря —
в одном движенье шеи.

Вислава Шимборская
«Дорожная элегия»

Эпоху модерна среди прочего характеризуют двумя чертами. Во-первых, как общество, пришедшее в движение[1]. Во-вторых, как культурную формацию, в которой существует

[1] *Lash S., Urry J.* Economies of Sign and Space. London: Sage, 1994. P. 252–253; *Бауман З.* Текучая современность. СПб.: Питер, 2008.

определенная иерархия чувств. В этом отношении модерн — диктатура разума и глаза. Этот параграф задается вопросом о том, как соотносятся два этих утверждения о модерне? Как связаны зрение и движение. С одной стороны, из экологии зрительного восприятия мы знаем, что многие животные видят лишь то, что движется. Способность человека видеть неподвижные объекты обусловлена тем, что его глаза сами постоянно совершают микродвижения. С другой стороны, известный антрополог Тим Инголд замечает, что люди видят в процессе того, как они двигаются, а не только в промежутках между движением[1]. Кроме того, он настаивает на том, что мобильности являются важным измерением для более адекватного понимания перцептивных и эпистемических практик, поскольку наше знание об окружающей среде вырабатывается не путем восхождения от близорукой локальной перспективы к перспективе паноптической и глобальной, но посредством перехода из одного места в другое[2].

Искрой зажигания последующих рассуждений стало пересечение двух тезисов. Тезиса Джона Урри о том, что визуальная объективация пространства является результатом определенных режимов путешествия[3]. Тезиса Бруно Латура о том, что всякое отношение медиации (каковым является и транспортировка) предполагает одновременную трансформацию и того, кто/что перемещается, и пространства, в котором происходит перемещение. Комбинация этих двух тезисов создает пространство для постановки вопроса о связи между зрением и движением в частности и между экономией чувств и формами мобильности в целом. Такая постановка вопроса служит

---

[1] *Ingold T.* The Perception of the Environment: Essays on Livelihood, Dwelling and Skill. London; New York, 2000. P. 226.

[2] Ibid. P. 227.

[3] *Урри Дж.* Глава 4. Чувства // *Урри Дж.* Социология за пределами обществ: виды мобильности для XXI столетия. М.: Издательский дом ВШЭ, 2012.

ориентиром для поиска связей между визуальной экологией и исследованиями мобильностей, что и попытается сделать этот текст.

Общество, пришедшее в движение: от линейной транспортировки к транспортной медиации

При переходе от так называемых «традиционных» обществ к «модерным» формируются сначала общества (им)мигрантов и путешественников, а затем — туристов. «Места туризма стремительно распространяются по земному шару в связи с массовым проникновением средств медиа в туристическую среду. Территория повседневной жизни перестраивается под “туристские” образцы, равно как и многие участки окружающей среды»[1]. Туризм предполагает исполнение телесной мобильности в физическом пространстве. Мобильность является неотъемлемой частью опыта туризма.

Однако, несмотря на очевидную связь между мобильностью и туризмом, значение мобильности долгое время игнорировалось в изучении туризма[2]. Традиционный подход в исследованиях туризма к пространственной мобильности и транспорту состоял в том, чтобы понимать транспортное средство как непроблематичный посредник, а сам процесс транспортировки как «необходимое зло», как мертвую и непродуктивную интермедию между пунктом отправления и назначения[3]. Значение при таком подходе имеют параметры «входа» и «выхода», лежащие за пределами конкретной ситуации мобильности,

---

[1] *Урри Дж.* Взгляд туриста и глобализация // Массовая культура: современные западные исследования. М.: Прагматика культуры, 2005. С. 148.

[2] *Aitchison C., Macleod N., Shaw S.* Leisure and Tourism Landscapes: Social and Cultural Geographies. London: Routledge. 2000.

[3] *Cooper J., Fletcher J., Wanhill S.* Tourism Principles and Practice. London: Longmann, 1998; *Gunn C.* A. Tourism Planning. London: Taylor and Francis, 1994; *Halsall D.* Transport for Tourism and Recreation // Modern Transport Geography / Ed. By B. S. Hoyle, R. D. Knowles. London: Belhaven, 1992. P. 155–177.

принимаемой за «черный ящик». Более того, понимание туризма как разновидности современного секулярного паломничества[1], выстроенного вокруг обязательного посещения определенного круга пунктов назначения, смещает акцент на прибытие. Прибытие оказывается исключительно ценным опытом телесного соприсутствия с достопримечательностью, в то время как опыт мобильности либо полностью игнорируется, либо признается незначимым. В рамках такого теоретического климата вопрос о связи между порядками визуальной экологии и мобильности не может быть поставлен.

Эта ситуация может быть изменена за счет: 1) попыток показать, что телесный опыт мобильности и восприятия ландшафтов имеет значение для исследования туризма[2]; 2) обращения к понятию транспортной медиации, которое подчеркивает продуктивность отношений мобильности[3]. Различные формы и режимы мобильности могут способствовать появлению разных порядков визуальной экологии и разных комплексов чувственного опыта.

Современная литература о туризме утверждает, что в экономии чувств туристических практик туризма доминирует зрение и визуальное[4]. Мобильность подразумевает не только преодоление дистанции и достижение места, но и визуальный опыт ландшафтов. Путешествовать — значит видеть[5]. В связи

---

[1] *MacCannell D.* The Tourist: A New Theory of the Leisure Class. New York: Schooken Books, 1976.

[2] *Larsen J.* Tourism Mobilities and the Travel Glance: Experiences of Being on the Move // Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism. 2001. Vol. 1 (2). P. 80–98.

[3] *Latour B.* On technical mediation: philosophy, sociology, genealogy // Common knowledge. 1994. Vol. 3 (2). P. 29–64.

[4] *Urry J.* The Tourist Gaze. London: Sage, 1990; *Osborne P.* Travelling Light: Photography, Travel and Visual Culture. Manchester: Manchester University Press, 2000.

[5] *Osborne P.* Travelling Light: Photography, Travel and Visual Culture. Manchester: Manchester University Press, 2000.

с этим ключевым становится вопрос о связи способов зрения и форм мобильности. Эта связь может быть проанализирована на примере эмблематических фигур туристической культуры XX в. при помощи пары понятий «пристальный взор» (англ. gaze)[1] и «беглый взгляд» (англ. glance)[2].

Пристальный взор туриста

Эмблемами туристической культуры в XX веке становятся пешеходы, фланеры, пассажиры поезда, автомобиля, самолета. Понятие туристического взора Урри возникло под влиянием работ Фуко и идеи Сьюзен Сонтаг, что «фотография утвердилась как продолжение глаз буржуазного *фланера*, чье восприятие так хорошо передал Бодлер. Фотограф — это вооруженная разновидность одинокого гуляки, разведывающего, выслеживающего, бродящего по городскому аду, — праздный соглядатай, он открывает город как арену роскошных крайностей. Жадный наблюдатель, понаторевший в чуткости, фланер находит мир „живописным“»[3]. По утверждению Урри, практики фланирования XIX в. стали предпосылкой туристского взора в XX в.[4] Взор туриста является соединением пешей прогулки как формы мобильности и фотокамеры как практики зрения/репрезентации. В результате этой гибридизации мир приобретает картинный характер, а путешествие становится стратегий накопления фотографий[5]. Взор туриста — это

---

[1] *Урри Дж.* Взгляд туриста и глобализация // Массовая культура: современные западные исследования. М.: Прагматика культуры, 2005. С. 136–150; *Urry J.* The Tourist Gaze. London: Sage, 1990.

[2] *Larsen J.* Tourism Mobilities and the Travel Glance: Experiences of Being on the Move // Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism. 2001. Vol. 1 (2). P. 80–98.

[3] *Сонтаг С.* О фотографии. М.: Ad Marginem, 2013. С. 78.

[4] *Urry J.* The Tourist Gaze. London: Sage, 1990. P. 3.

[5] Ibid. P. 139.

во многом фотографический взор. Однако идея фотографического взора туриста находится в напряжении с самой практикой фланирования, для которой характерно зрение в процессе движения. Бодлер был ненавистником фотографирования, которое заставляет прогуливающегося останавливаться, чтобы сделать снимок[1].

Понятие пристального взгляда туриста неявно подразумевает, что приоритет, так или иначе, остается за иммобильностью. Чтобы получить четкие снимки, необходимо постоянно прерывать движение. Взгляд фланера с фотокамерой остается полумобилизованным взором. Зрение осуществляется не в движении, а в промежутках между ним[2].

Вместе с тем тело туриста — не просто движущееся тело, но технически опосредованное, движимое тело. Туризм гораздо больше опосредован технически, чем принято думать. Машины мобильности входят в оснастку современного туриста в не меньшей степени, чем камера. В некотором аспекте поезда и автомобили являются машинами для визуального потребления ландшафтов. Исторический момент появления железной дороги и автомобиля был отмечен шоком. Изменился опыт расстояний, пространства, движения и времени.

Поезда

Пассажиры первых поездов сообщали о галлюциногенных эффектах этих путешествий, об искажении опыта пространства и времени. Сообщалось о потере контроля над чувствами, о смеси дезориентации, шока, неверия и восхищения в их переживаниях. Одной из частых метафор поездки на железной

---

[1] *Friedberg A.* Window Shopping: Cinema and the Postmodern. Oxford: University of California Press, 1993.

[2] *Larsen J.* Tourism Mobilities and the Travel Glance: Experiences of Being on the Move // Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism. 2001. Vol. 1 (2). P. 87.

дороге была метафора снаряда, летящего сквозь ландшафт[1]. Отмечалось также, что путешествие на поезде запускает воображение. Романтики и футуристы давали диаметрально противоположные оценки этой транспортной медиации.

По мере развития железнодорожных перевозок происходит массовизация путешествий и статус путешественника понижается. Путешествие, ранее связанное с риском и трудностями, теперь все больше (в пределах железнодорожной сети) превращается в туризм, отмеченный комфортом, доступностью каждому и рутиной. Поездка на поезде постепенно становится скучной и несобытийной. На смену тяжелому путешествию, предполагающему испытание, преодолеть которое могут лишь люди с определенными навыками и характеристиками, приходит легкая транспортировка, существенно снижающая сопротивление дистанции. Любопытно, что в начале их истории поезда критиковали за то, что они разрушают ландшафты. Теперь же их наоборот считают мобильностями, сохраняющими образ ландшафта, и такой критике подвергаются авиаперевозки[2].

Автомобили

На ранних стадиях своего развития автомобиль, так же как и поезд, порождал перцептивные галлюцинации. Самодвижущиеся аппараты вызывали ощущение абсолютной свободы, господства над пространством и временем. Автомобиль, воспринятый как воплощение чистой скорости, рассматривался как аппарат завоевания и подчинения природы[3]. Однако

---

[1] *Schivelbusch W.* The Railway Journey: Trains and Travel in the Nineteenth Century. Oxford: Blackwell, 1979.

[2] *Boorstin D.* The Image: A Guide to Pseudo-Events in America. New York: Atheneum, 1987. P. 94.

[3] *Loefgren O.* On Holiday: a History of Vacationing. Berkeley: University of California Press, 2000.

к середине XX века эйфория от скорости улетучивается. Автомобиль превращается в туристическую машину. Замедляясь, загородная поездка на автомобиле в некотором отношении превращается в «туристическую машину»[1]. Автомобили преобразуют восприятие ландшафта в виде неожиданного открытия мест. В свою очередь, туристы, путешествующие на собственном автомобиле, становятся неотъемлемой частью ландшафта. На контрасте с «жесткостью» железной дороги, автомобильная поездка обладает гибкостью в выборе графика и направления движения. Автомобиль (особенно в случае трейлера) может быть также жилищем в путешествии. В некотором отношении в эпоху модерна, пришедшую на смену «традиционным» оседлым обществам, дом приходит в движение, что приводит к возрождению метафоры номадизма[2]. Голливудские роуд-муви, со своей стороны, способствовали мифологизации этого образа[3].

Беглый взгляд пассажира

Появление железной дороги и автомобиля не только трансформирует характер путешествия, но и создает иной гибрид мобильности и визуальности. Этот гибрид знаменует формирование специфического субъекта зрения и закрепление иерархии чувств в культуре модерна. Формируется новая манера зрения. Пристальный взор пешего путешественника с фотоаппаратом теперь дополняется, а в некоторых случаях замещается беглым взглядом пассажира-туриста из окна поезда или автомобиля.

---

[1] *Larsen J.* Tourism Mobilities and the Travel Glance: Experiences of Being on the Move // Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism. 2001. Vol. 1 (2). P. 84.

[2] *Loefgren O.* On Holiday: a History of Vacationing. Berkeley: University of California Press, 2000; *Clifford J.* Routes. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1997.

[3] *Eyerman R., Loefgren O.* Romancing the Road: Road Movies and Images of Mobility // Theory, Culture and Society. 1995. Vol. 12. P. 53–79.

Беглый взгляд из окна поезда или авто обеспечивает путешественника квази-кинематографическим визуальным опытом, для которого характерно сочетание движущихся картин-кадров ландшафта и неподвижного зрителя-пассажира в кресле. Здесь следует обратить внимание на исторические переплетения развития железнодорожного транспорта и кинематографа. Линн Кирби называет поезд механическим двойником кино[1]. Любопытны два исторических факта. В 1895 г. медиум поезда стал первым содержанием медиума кино в фильме братьев Люмьер «Прибытие поезда». В 1904 г. на Всемирной выставке в Сент-Луисе Джордж Хейл устроил аттракцион «Путешествие по миру». Развлечение представляло собой кинопоказ, симулирующий поездку на поезде. В случае «Путешествия по миру» происходит резонансное слияние пассажира и зрителя в фигуре путешественника. Кинематограф также опосредует восприятие ландшафтов из вагона поезда или кабины автомобиля. Возможности современных аудиотехнологий (айподов и плееров в мобильных телефонах) позволяют несколько видоизменять или дополнять это восприятие, создавая саундтрек к фильму/видеоклипу. Ярким примером этого является клип английской трип-хоп группы Portishead с говорящим названием «Road Trip», где аудиомонтаж из песен группы наложен на видеоряд, смонтированный из съемок путешествия по урбанизированному ландшафту Англии из Бристоля в Портисхед.

Итак, созерцание пейзажей является не менее важной частью путешествия поездом или автомобилем, чем чтение, прием пищи, разговоры и сон. Социотехнически организованная практика созерцания формирует специфическое зрение в движении, к характерным чертам которого мы обратимся ниже.

---

[1] *Kirby L.* Parallel Tracks: the Railroad and Silent Cinema. Devon: University of Exeter Press, 1997.

Во-первых, визуальное восприятие ландшафта в поезде не принадлежит тому же месту, что и воспринимаемый объект. Путешественник видит лишь благодаря аппарату, который движет его через пространство. Движущаяся машина интегрирована в восприятие пассажира-зрителя. Таким образом, поезд — не только технология транспорта, но «машина зрения»[1].

Во-вторых, поезд способствует формированию технически опосредованного, фреймированного восприятия окружающего мира. Рамка окна конституирует визуальность ландшафта. Например, сев в поезд Волгоград — Санкт-Петербург и заглядываясь в окно, мы в некотором отношении виртуально перемещаемся в Русский музей с его пейзажами русских художников. Мир разворачивается перед пассажиром как картина, как представление, но не как воля.

В-третьих, поезд как «машина зрения» открывает дорогу отстраненному взгляду. Пассажир буквально герметически запечатан в прозрачном пузыре или капсуле для зрения. Внутреннее пространство зрящего субъекта четко отделено от внешнего пространства зримого объекта. Пассажир оказывается не только зрителем разворачивающего перед ним спектакля, но также и автономным наблюдателем, находящимся в безопасном месте. Возможности мира «дать сдачи» наблюдателю сокращаются, особенно если принять во внимание тенденцию кондиционировать внутреннее пространство «машины зрения». Стеклянно-стальная капсула поезда защищает пассажира от ветра, запахов, колебания температуры и т. д. Тело, необходимое для перемещения в пространстве, заключается в скобки в процессе этого перемещения. Оно укрыто, защищено, неподвижно, и в этом контексте его можно редуцировать к глазу. В результате в модерных машинах путешествия складываются условия, где зрение доминирует над все-

[1] *Вирилио П.* Машина зрения. СПб.: Наука, 2004.

ми остальными чувствами. Кроме того, иммобилизация тела пассажира, превращение его в зрителя, путешествующего в кресле, создает иллюзию виртуальности материального путешествия по железной дороге.

В-четвертых, одна из черт созерцания ландшафта в поезде — невозможность сосредоточиться на деталях. Эта особенность визуальной экологии железнодорожной медиации в свое время получила противоречивые оценки романтиков и футуристов. Романтики считали, что поезд разрушает ландшафт[1]. Мы получаем своего рода смазанные картины-представления-фотографии. Поездка на поезде оставляется так много впечатлений, что загородный ландшафт становится неотличим от метрополиса с его избыточной нервной стимуляцией. Футуристы же напротив полагали, что поездка на поезде создает панораму из множества дискретных впечатлений. Когда мы внутри рамки наблюдения и движемся вместе с ней, мы получаем постоянно меняющуюся картину, из которой образуется панорама. Пространство, несомненно, сжимается, но только на скорости можно ощутить масштаб. За одну поездку можно объехать всю Францию, всю Россию. Пассажир сталкивается с опытом тотализации, он получает шанс ухватить не детали, но некое живое целое. Перед ним открываются новые перспективы, широкие виды. На первый план выходит ощущение форм, ритма, цветов, величин. Эта оценка находит современное продолжение в предложении на рынке автомобилей с панорамным лобовым стеклом.

В-пятых, поезд создает пассивного наблюдателя. Визуализация ландшафта железнодорожной медиацией сходна с кинематографическим опытом также тем, что мы не можем выбрать сюжет разворачивающей «картины», срежиссировать

[1] *Jarvis M.* Romantic Writing and Pedestrian Walking. London: Macmillan, 1997; *Edensor T.* Walking in the British Countryside: Reflexivity, Embodied Practices and Ways to Escape // Body & Society. Vol. 6 (3–4). P. 81–106.

ее, регулировать скорость просмотра, но только — закрыть глаза.

Железнодорожная медиация представляет собой случай, в котором наиболее ярко проявляется та специфическая связь между зрением и движением, о которой говорилось выше, однако выделенные черты визуальной экологии путешествия поездом в большей или меньшей степени справедливы и для поездок на автомобилях, на традиционном общественном транспорте (автобус, троллейбус, трамвай), на экскурсионных автобусах.

Железнодорожная транспортная медиация социоматериально и тривиально воплощает фигуру развоплощенного автономного субъекта картезианской философии, перед которым мир разворачивается в форме представления. Находясь в относительно герметичном и безопасном стеклянно-стальном пузыре для наблюдения, пассажир внезапно превращается в вульгарного философа, временно заключающего в скобки свое тело и отправляющегося в виртуальные путешествия по воображаемым мирам. Этот «метафизический» эффект повседневного опыта мобильности был точно схвачен популярным интернет-мемом «Bus windows: the ultimate philosophy school». Поезда и автомобили рутинно воспроизводят тот способ понимания и наблюдения, который доминирует на Западе последние несколько столетий, элементами которого являются: 1) подчинение природы или доминирование над ландшафтом; 2) господство зрения и развоплощение субъекта; 3) власть и иммунитет наблюдателя.

Зрение в движении: от наблюдателя к ландшафту

Однако соединение мобильности и визуализации преобразовывает не только манеру зрения субъекта, но и сам мир, на который направлен взор. Это становится более очевидно, если

обратиться к философии пространства Мишеля Серра и Бруно Латура, которая отталкивается не от субстанции или процесса, а от отношений. Для Серра и Латура пространство — не пустой контейнер и не априорная форма чувственности, но эффект отношений, возникающий в результате напряжения между точкой отправления и точкой назначения[1]. В этом контексте понятие транспортной медиации выходит на передний план не только как понятие, позволяющее поставить вопрос о соотношении порядков форм мобильности и визуальной экологии, но и как понятие, отсылающее к событию, производящему и трансформирующему и контейнер транспортировки, и его содержимое, и само пространство мобильности.

Соединение мобильности и визуальности в социотехнических комплексах таких туристических машин, как поезд, автомобиль, экскурсионный автобус не только производит субъекта зрения, но и трансформирует сам ландшафт. При этом преобразования происходят как на стороне восприятия, так и на стороне материальной организации ландшафта.

С одной стороны, развитие туристических машин зрения ведет к признанию ландшафта в качестве визуальной ценности. «Земля использовалась так, чтобы позволить “сделать красивый снимок прямо с парковки”. Государство превратило живую природу в то, “что можно оценить только визуально”»[2]. Моника Бюшер отмечает, что в Великобритании ландшафт имеет не только рекреационную или эстетическую ценность, но также связан с национальной идентичностью, отражает исторические, политические и прочие различия[3]. В этом от-

[1] *Bingham N., Thrift N.* Some new instructions for travelers: the geography of Bruno Latour and Michel Serres // Thinking space / Ed. by M. Crang, N. Thrift. London; New York: Routledge, 2000. P. 281–302.

[2] *Урри Дж.* Взгляд туриста и глобализация // Массовая культура: современные западные исследования. М.: Прагматика культуры, 2005. С. 142.

[3] *Buescher M.* Vision in motion // Environment and Planning A. 2006. Vol. 38. P. 281–299.

ношении одной из ключевых проблем является противоречие между тем, что в ближайшие двадцать лет изменения сельского ландшафта в Великобритании неизбежны, в то время как подавляющее большинство населения желает сохранить его в неизменном виде.

Бюшер исследовала работу ландшафтных архитекторов, которые изменяют загородный ландшафт, но при этом стремятся сохранить его визуальную привлекательность. Особое внимание архитекторы уделяют тому, как он будет видеться в движении людьми, проезжающими по ландшафту на автомобиле или велосипеде. Тщательно прослеживая практическую организацию работы ландшафтных архитекторов в духе этнометодологических исследований рабочих мест, Бюшер приходит к выводу, что они создают визуальный образ ландшафта в движении не посредством линейной проекции карт, планов и других «взглядов из ниоткуда», но путем развертывания последовательности «взглядов откуда-то»[1].

С другой стороны, Игнасио Фариас[2] в своем исследовании экскурсионных автобусов в Берлине показал, как мобильные туристические технологии производят туристическое пространство и режим зрения, формирующий опыт туриста. Он отталкивается от идеи Серра, что пространство не является предзаданным горизонтом осуществления практик, но является ситуационным продуктом отношений, возникающих в ходе перемещения между местами «здесь» и «там». Фариас показал, что экскурсионные автобусы осуществляют двойное движение. С одной стороны, они производят место назначения, непрерывно перемещаясь по территории города от одной достопримечательности к другой, так что создается континуум туристического городского пространства. Маршруты экс-

[1] Ibid. P. 294.

[2] *Farias I.* Sightseeing buses: Cruising, Timing and the Montage of Attractions // Mobilities. 2010. Vol. 5 (3). P. 387–407.

курсионных автобусов связывают в единую последовательность множество разнородных «здесь» и «там». При этом за счет временной компрессии (серия достопримечательностей демонстрируется за 1–2 часа) между местами формируются отчетливые различия и контрасты. Городской ландшафт туриста со-производится в процессе движения по маршруту автобусного тура.

С другой стороны, внутри экскурсионного автобуса также происходит перемещение взгляда от одного объекта внимания к другому. В результате посредством прокладывания маршрута между достопримечательностями и благодаря искусству управления временем экскурсовода монтируется визуальный образ городского ландшафта. Однако этот монтаж осуществляется скорее не по правилам кинематографа, а согласно логике «прерывной непрерывности» трейлеров[1]. Экскурсионный автобус предлагает своим пассажирам туристический трейлер города, в котором одновременно создается ощущение непосредственной доступности достопримечательностей и незавершенности впечатлений, что побуждает туристов подробнее исследовать городской ландшафт вне автобуса.

Исследования Бюшер и Фариаса показывают, что различные формы транспортной медиации могут симметрично способствовать со-производству как специфических наблюдателей и режимов зрения, так и пространств зрения и ландшафтов.

Мобильные монады

Понятие транспортной медиации также позволяет обратить внимание на туристические и повседневные внутригородские формы мобильности, где зрение не обязательно может быть

[1] Ibid. P. 402–403.

доминирующим элементом. Опыт мобильности пассажиров современных самолетов сильно отличается от опыта путешествий на поездах и автомобилях. Критика, раздававшаяся в начале XX в. в адрес поездов, суть которой в том, что они искажают, смазывают или сглаживают ландшафт, сегодня адресуется самолетам, которые не столько искажают, сколько лишают пассажира доступа к ландшафту. Марк Готтдинер, например, описывает жизнь в воздухе как скучное, утомительное, лишенное чувств путешествие в не-пространстве[1]. Несмотря на наличие иллюминаторов, опыт мобильности в самолете ориентирован не на взаимодействие с окружающей средой (визуальный контакт с ландшафтом сведен к минимуму), но на вовлеченность в интеракции, происходящие внутри салона: прослушивание инструкций и объявлений, раздачи еды и напитков, общение с соседями и т. д. В экономии чувств авиамобильности доминирует не зрение, не ориентация в пространстве, а скорее внутреннее субъективное ощущение времени, durée, дополняемое ощущениями взлета-набора высоты и снижения-падения.

Как это ни странно, схожие черты опыта мобильности обнаруживаются практически на противоположном полюсе мира пассажирских перевозок. Речь идет о типичном для постсоветской России опыте внутригородской мобильности на маршрутном такси. Ниже представлена попытка первичного осмысления данных, полученных в ходе социологического исследования общественного транспорта в г. Волгограде[2].

---

[1] *Gottdiener M.* Life in the Air: Surviving the New Culture of Air Travel. Oxford: Rowman & Littlefield Publishers, Inc, 2001.

[2] Исследовательский проект «Город, транспортная медиация, социальная справедливость: социологическое исследование городского общественного транспорта в г. Волгограде» начался в марте 2014 г. Ему предшествовало пилотажное исследование, проводившееся группой исследователей под руководством А. Г. Кузнецова в 2011–2012 гг. Оно включало в себя: 1) этнографическое наблюдение в салонах маршрутных такси Волгограда;

Цель этого осмысления состоит в том, чтобы поставить ряд вопросов и, тем самым, задать ориентиры как для текущего исследования, так и для других исследований, в фокусе которых окажется вопрос о связи форм мобильности и экономии чувств в целом и визуальной экологии в частности.

Транспортная сеть волгоградских маршрутных такси, вероятно, имеет ряд как типичных, так и специфичных для России черт. К типичным чертам относится прежде всего то, что волгоградские маршрутные такси являются относительно новым для постсоветской России феноменом — частным общественным транспортом. Кроме того, маршрутное такси комбинирует в себе элементы частного и общественного транспорта. Возможно, в Волгограде эта гибридность проявляется более отчетливо в силу того, что здесь практикуется высадка и посадка пассажиров не только на остановках, но практически в любой точке маршрута, а также присутствует гибкая тарификация проезда.

К специфическим чертам можно отнести следующее:

1. География Волгограда. Город представляет собой узкую полоску урбанизированной земли, растянутой вдоль реки Волги на более чем сто километров. При этом существует лишь одна магистраль, соединяющая северные и южные районы города. Данные обстоятельства оказывают влияние на работу системы общественного транспорта Волгограда в целом и маршрутных такси в частности. Последствия этого проявляются в том, что: а) пассажиры совершают рутинные длитель-

---

2) рефлексию исследователями собственного опыта мобильности в традиционном общественном транспорте и маршрутном такси; 3) опрос ближайшего окружения исследователей о преимуществах и недостатках маршрутного такси на основе стихийно складывающейся нерепрезентативной выборки (n=72). Отдельные результаты этого предварительно исследования опубликованы в: *Кузнецов А. Г., Шайтанова Л. А.* Маршрутное такси на пересечение режимов справедливости // Социология власти. 2012. № 6–7. С. 137–149.

ные поездки через несколько районов города, расположенных линейно друг за другом; б) существует существенное пересечение между различными маршрутами, что резко обостряет конкуренцию между ними.

2. Отчасти из-за своей географии Волгоград — город с ярко выраженной маятниковой миграцией, выражающейся в неравномерности пассажиропотока. В некоторые отрезки дня пассажиров чрезмерно много, а в другие — их крайне мало, и водитель вынужден ездить с пустым салоном и нести убытки. Как следствие, водители стремятся компенсировать свои риски и перевозить в часы-пик как можно больше (в том числе стоящих) пассажиров, нередко превышая установленные для перевозок нормы. Поскольку эта практика является нарушением формальных правил пассажирских перевозок, постольку водители маршрутных такси склонны скрывать эти нарушения путем сокращения визуального доступа в салон извне: тонировка окон салона и наклеивание на них рекламы, размещение занавесок (нередко так, чтобы пассажиры не могли их одернуть), выключение света в салоне в темное время суток.

3. Большую часть маршрутных такси Волгограда попрежнему составляют микроавтобусы ГАЗ-322132 или близкие к ним модификации. Особенностью этого транспортного средства является то, что его материальная организация не подразумевает перевозку более 13 сидящих пассажиров. Согласно инженерному сценарию, воплощенному в этом транспортном средстве, для перевозки хотя бы еще одного дополнительного пассажира требуется другой микроавтобус. Это не позволяет осуществлять «уплотнение» пассажиров в час-пик и делает неэластичным отношение между спросом и предложением в транспортной системе, обслуживаемой «Газелями». Водители маршрутных такси, пытаясь компенсировать эту неэластичность, в противовес жесткому инженерному сценарию

развивают собственные пользовательские сценарии и перевозят дополнительных пассажиров, сидящих (на дооборудованных или приставных сидениях) и/или едущих стоя. Оставив в стороне вопросы безопасности, отметим, что два-три дополнительных пассажира создают ощущение переполненности и существенно меняют опыт мобильности в маршрутных такси.

Именно специфические черты транспортной сети волгоградских «маршруток» позволяют поставить вопрос о связи между данной формой мобильности и порядком экономии чувств. Если несколько сгустить краски и представить «критическую» ситуацию, в которой формируется опыт мобильности, о котором речь пойдет ниже, то она будет выглядеть следующим образом. Длительная (30 минут и более) поездка в переполненном (2 и более стоящих пассажира) салоне микроавтобуса ГАЗ-322132 с тонированными и/или зашторенными окнами в темное время суток. Ситуация названа «критической» не потому, что она является экстраординарной, но потому, что в ней соединяется критическая масса элементов, формирующих интересующий нас опыт мобильности. Эта ситуация не является ни исключительно редкой, ни исключительно частой, в нее с большей или меньшей периодичностью попадают жители Волгограда, паттерны внутригородской мобильности которых предполагают регулярные поездки на «маршрутках».

Однако следует учитывать, что ситуация перевозки в маршрутном такси значительно менее стабилизирована, чем в поезде или на самолете. «Критическая» ситуация носит составной характер и может быть как «ослаблена», так и «усилена» рядом локальных особенностей, как то: планировкой салона (когда большая часть сидений развернута внутрь салона, а не по ходу движения), изморосью или грязью на окнах, выключенным в салоне светом, аномальными осадками, создающи-

ми сложную обстановку на дороге, и т. д. Кроме того, опыт мобильности в маршрутном такси неоднороден. Он будет носить различный характер в зависимости, например, от того, едет ли пассажир в кабине или в салоне, сидя или стоя, на каком месте он сидит в салоне и т. д. Опыт мобильности в кабине маршрутного такси радикально отличается от опыта мобильности в салоне этой же «маршрутки» и будет иметь куда больше общего с опытом мобильности в традиционном общественном транспорте (трамвай, автобус, троллейбус). Однако поскольку неоднородность опыта распределяется между пассажирами случайно, постольку опыт мобильности в критической ситуации является значимым для всех релевантных пользователей сети маршрутных такси в Волгограде.

Опыт мобильности в «критической» ситуации в маршрутном такси, так же как и опыт авиамобильности, характеризуется отсутствием визуального доступа к ландшафту. Разумеется, причины этого сходства различны. В случае авиаперевозки — это следствие стабилизированного технологического решения осуществлять полет на большой высоте, так что пассажирам доступен неспецифический «ландшафт» облаков. В случае маршрутного такси — это следствие контекстуальных и нестабилизированных усилий водителей компенсировать риски маятниковой внутригородской миграции и неэластичности спроса и предложения в транспортной системе, обслуживаемой «Газелями». Поскольку конструкция микроавтобуса ГАЗ-322132 не подразумевает перевозку стоящих пассажиров, то их взгляду сверху-вниз в лучшем случае (отсутствие занавесок, тонировки; светлое время суток) доступны неспецифические участки дорожного полотна, обочин, тротуаров. Сидящим пассажирам визуальный доступ к ландшафту могут ограничивать тонировка, занавески, тела стоящих и сидящих пассажиров. В пределе салон маршрутного такси может превращаться в визуально герметичное про-

странство, где большинство пассажиров лишено визуального контакта с городским ландшафтом и временно дезориентировано в пространстве. Исключение, как правило, составляют пассажиры, сидящие в кабине рядом с водителем и непосредственно у окон, хотя при некоторых обстоятельствах и для последних ориентация в городском пространстве может быть затруднена. Характеризуя эту ситуацию, пассажиры используют произносимые в воздух или обращенные к спутникам по поездке выражения: «как в подводной лодке», «как в гробу», «как в катафалке».

Конструкционные особенности «Газелей» вкупе с усилиями водителей по «герметизации» салона с целью сокрытия нарушений формальных правил пассажирских перевозок приводят к тому, что салон маршрутного такси оказывается визуально непроницаем не только извне, но и изнутри. Это затрудняет ориентацию пассажиров в городском пространстве, которая является важным элементом данной формы мобильности. Если в случае авиаперелета дезориентация пассажира в пространстве компенсирована технологическим решением перевозки из пункта в пункт без остановок и дополнительными аудиосообщениями о фазах полета, то в случае маршрутного такси ситуация значительно сложнее. Визуальная дезориентация не компенсируется технологией перевозки. Волгоградские маршрутные такси останавливаются только по требованию, и водители, за редким исключением, не объявляют остановки, равно как и не делают аудиооповещений о них, как в трамвае или троллейбусе. В связи с этим способность ориентироваться в пространстве является необходимым «условием успешности» поездки на «маршрутке». В каждой конкретной поездке пассажир должен решать проблему ориентации, чтобы не пропустить пункт своего назначения. Если оставить в стороне случай ориентации в незнакомом городе или районе, то в «не-критической» ситуации будет доминиро-

вать визуальная ориентация. В «критической» ситуации, когда пассажир лишен визуального доступа к городскому ландшафту, на первый план в экономии чувств выходит не зрение, а внутреннее ощущение времени и ритма поездки.

Поскольку речь идет о более или менее рутинных поездках, то инкорпорированное ощущение времени, обычно затрачиваемого на «путешествие», позволяет пассажиру до поры до времени игнорировать свою дезориентацию в пространстве и лишь в определенный пороговый момент (или моменты) непосредственно решать проблему ориентации, чтобы сообщить водителю о необходимости остановки. Пассажир также может ориентироваться на привычный ритм движения по маршруту, телесно регистрируя последовательность ускорений, безостановочных «перегонов» и остановок.

Однако окончательное и точное решение проблемы ориентации в городском пространстве в «критической» ситуации, как правило, решается путем интеракции. Пассажиры могут обращаться к другим пассажирам, предположительно имеющим визуальный доступ к ландшафту, или/и непосредственно к водителю с вопросами: «А где мы сейчас едем?», «А мы не проехали [остановку] N?», «Когда N будет, остановите, пожалуйста!» и т. д. В некоторых случаях пассажиры могут получать косвенную информацию о своем местонахождении, услышав просьбы/требования об остановках других пассажиров или их переговоры с водителем, аналогичные тем, что были описаны предложением выше. Салон переполненной «маршрутки» в «критической» ситуации является скорее не стеклянно-стальным пузырем для наблюдателя, но акустико-вестибулярной камерой, в экономике чувств которой зрение играет далеко не главную роль.

Опыт мобильности в маршрутном такси контрастирует с опытом мобильности в традиционном общественном транспорте, который во многом воспроизводит порядок визуальной

экологии железнодорожной транспортной медиации. Трамваи, троллейбусы и автобусы как в силу своих конструкционных решений, так и в силу (более стандартизированных) технологий перевозки являются «машинами зрения», в которых значимое место занимает не проблема ориентации (она по преимуществу решена), но созерцание городского ландшафта. В противоположность этому в маршрутных такси даже при поверхностном анализе обнаруживается целый класс «критических» ситуаций, опыт мобильности в которых формирует образ не автономного картезианского наблюдателя, но лейбницевской монады без окон и дверей.

Монадология Лейбница была направлена против картезианцев, впавших в «схоластический предрассудок будто душа может отделиться от тела»[1]. Именно это разделение вульгарно и рутинно социотехнически реализуется в ситуации пассажира поезда. Тело, выполнив свою работу по достижению места в вагоне, временно заключается в скобки, а дух, в форме скользящего по ландшафту взгляда, свободно парит. Перед ним разворачиваются панорамы, он грезит паноптикумами. В случае маршрутного такси как нельзя более уместной оказывается делезовская аллегория барочного дома. В «критической» ситуации глаза пассажира находятся на втором этаже, где у них «нет окна для восприятия внешних влияний»[2]. А барочный опыт мобильности в «критической» ситуации выстраивается «в промежутке между низшим этажом со сквозными окнами и этажом высшим, слепым и наглухо закрытым, но зато с хорошей акустикой, подобно музыкальному салону, где движения, видимые внизу, преобразуются в звуки»[3]. Неожиданно такая непритязательная и специфическая транспортная система как маршрутное такси г. Волгограда позволяет

[1] *Лейбниц Г.-В.* Сочинения в 4-х т. Т. 1. М.: Мысль, 1982. С. 415.
[2] *Делез Ж.* Складка. Лейбниц и барокко. М.: Логос, 1998. С. 25.
[3] Там же. С. 8.

обнаружить ту простую истину, что любая форма мобильности требует неразрывности души и материи. Об этом нередко забывают не только пассажиры высокотехнологичных и комфортных транспортных средств, но и инженеры[1].

Заключение

Этот текст стремится показать, что вопрос о связи между визуальной экологией и мобильностями не может быть поставлен без ряда теоретических ходов. Во-первых, необходимо перестать рассматривать пространственное перемещение как непроблематичный транзит из пункта отправления в пункт назначения. Во-вторых, следует признать, что время в поездке не является «мертвым временем» ожидания, и внутренние пространства транспортных средств являются местам (в противоположность не-местам[2]), и вместе они составляют ситуацию, в которой формируется разнообразный и нередуцируемый опыт восприятия мира в движении. В-третьих, следует обратиться к понятию транспортной медиации, отсылающему к непредсказуемому и нелинейному событию производства этого опыта.

Связь между транспортной медиацией и визуальной экологией определяется тем, что зрение осуществляется не только в промежутках между перемещениями, но и в самом процессе мобильности. На это указывает пара понятий «пристальный взор» и «беглый взгляд». Зрение в движении является особым опытом, производимым в рамках и посредством различных форм мобильности.

---

[1] Одной из причин гибели высокотехнологической транспортной системы ARAMIS в Париже стало то, что ее разработчикам как раз удалось отделить душу проекта от его тела. См.: Latour B. Chapter 7. Aramis Is Ready to Go (Away) // Latour B. Aramis, or the Love of Technology. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1996.

[2] *Auge M.* Non-Places: Introduction to an Anthropology of Supermodernity. London: Verso, 1995.

Мобильные машины также являются визуальными технологиями. Помимо перемещения в пространстве они предлагают специфическую позицию видения и потому — способы зрения. Кроме того, мобильные технологии изменяют как способы видения мира, так и сам мир. Развитие мобильных технологий массового туризма, с одной стороны, способствует превращению ландшафта в визуальную ценность (или даже актив), а с другой — позволяет монтировать (шаблонные) образы стран, городов, территорий.

Вместе с тем интерес к материальной организации транспортной медиации позволяет обратить внимание на воплощенные в различных формах мобильности комплексы практик, которые производят, поддерживают или подрывают модерный визуализм. Зрение доминирует в экономии чувств поездов, автомобилей, автобусов, трамваев и троллейбусов, в которых рутинно подкрепляется тезис о визуальной диктатуре модерна. Однако существуют и другие как туристические (пассажирские самолеты), так и повседневные внутригородские формы мобильности (постсоветские маршрутные такси), где зрение не обязательно может быть доминирующим элементом.

Каким бы странным и комичным ни было сопоставление комфортного трансатлантического авиаперелета и тряски в маршрутном такси по кочкам волгоградских дорог, обнаружение Декарта в вагоне поезда и Лейбница в салоне «Газели», его цель лишь в том, чтобы показать значимость и многообразие как визуального, так и не-визуального опыта мобильности, даже если в первом приближении он носит характер неразличимых и смешанных малых восприятий, которые не могут быть схвачены в рефлексивной установке[1].

Предложенный здесь предварительный анализ «барочного» опыта мобильности в маршрутных такси, анализ,

[1] *Шюц А.* О множественности реальностей // Социологическое обозрение. 2003. Т. 3. № 2. С. 5.

проведенный в ходе социологического исследования общественного транспорта в г. Волгограде, ведет не к преждевременным выводам, но к обнаружению ориентиров будущих исследований. Во-первых, он обращает внимание на то, что телесный опыт мобильности и восприятия ландшафтов имеет значение не только, как полагает Йонас Ларсен[1], для исследования путешествий на «туристических машинах», но и для рутинных поездок на городском общественном транспорте. Во-вторых, позволяет поставить ряд исследовательских вопросов, релевантных как для исследований мобильности, так и для визуальной экологии. Какие отношения между зрением и другими видами чувств устанавливаются в процессе перемещения посредством городского транспорта? Как «мобильное зрение» и городской ландшафт взаимно артикулируют друг друга в процессе транспортной медиации? Каковы социальные и визуально-экологические последствия различных опытов внутригородской мобильности?

[1] *Larsen J.* Tourism Mobilities and the Travel Glance: Experiences of Being on the Move // Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism. 2001. Vol. 1 (2). P. 80–98.