

Бубнова Лилия Константиновна

аспирантка кафедры
менеджмента туристического бизнеса
Саратовского государственного
технического университета
liliazhdanova@yandex.ru

**ВОДНАЯ ТРАНСПОРТНАЯ
МОБИЛЬНОСТЬ В СИСТЕМЕ
СОЦИАЛЬНОЙ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ
(НА ПРИМЕРЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ
ПРАКТИК САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ)**

Аннотация:

В статье представлено исследование водной транспортной мобильности в общей системе социальной дифференциации на территории Саратовской области. Водная мобильность рассматривается в контексте потребления и детерриторизации, приведены данные социологического анализа современных средств водной мобильности.

Ключевые слова:

водная транспортная мобильность, социальная дифференциация, глобальное гражданское общество, детерриторизация, социология потребления, яхт-клуб.

Bubnova Liliya Konstantinovna

post-graduate student of the chair of
management of tourism business,
Saratov State Technical University
liliazhdanova@yandex.ru

**WATER TRANSPORT
MOBILITY IN SYSTEM OF
SOCIAL DIFFERENTIATION
(AT EXAMPLE OF CONSUMER
PRACTICES OF SARATOV REGION)**

The summary:

The article presents the research of the water transport mobility in the system of social differentiation of Saratov region. Water transport mobility is considered in the context of consumption and deterritorialization, the data of sociological analysis of modern means of water mobility is shown.

Keywords:

water transport mobility, social differentiation, global civil society, deterritorialization, sociology of consumption, yacht club.

Каждый индивид, будучи членом общества, неизбежно вплетен в многочисленные социальные зависимости (институциональные – правовые и моральные, социоструктурные и др.), которые не только ограничивают его возможности, но одновременно в значительной степени и формируют его личность. Эти сложнофункциональные процессы позволяют говорить о дифференциации современного общества, что в узком смысле определяется как расчленение социального целого или его части на взаимосвязанные элементы, появляющиеся в результате эволюции, перехода от простого к сложному. В системе дифференциации индивиды или группы могут перемещаться с одного уровня на другой, и современное общество невозможно представить без перемещений людей.

Все социальные перемещения личности или социальной группы составляют процесс мобильности. Под социальной мобильностью понимается любой переход индивида, или социального объекта, или ценности, созданной или модифицированной благодаря деятельности, от одной социальной позиции к другой [1, с. 373].

Люди каждого государства сегодня находятся в движении. Многие меняют место жительства или путешествуют. Большая часть населения планеты «путешествует» по Интернету, вызывая и совмещая на компьютерном экране сообщения со всех концов света. В мире, где мы живем, географическая мобильность приобретает символическое значение. Иногда возникает ощущение, что границы существуют лишь для того, чтобы их можно было отменить; словно пространство только и делает, что поминутно предлагает его опровергнуть. Пространство уже не является помехой: чтобы покорить его, хватит и доли секунды.

В связи с этим Ж. Делез и Ф. Гваттари ввели понятие детерриторизации, что означает снятие применительно к пространственным средам жестко фиксированных бинарных оппозиций глубины и поверхности, внешнего и внутреннего, центра и периферии и т.п. Их концепция номадологии (от общеевропейск. nomad — кочевник) признавала отказ от характерных для классической метафизики презумпций, а именно: а) презумпции жестко структурной организации бытия; б) полагания пространства в качестве дифференцированного посредством семантически определяющих точек [2, с. 28]. «Естественных границ» больше не существует, как не существует и очевидных «свободных мест». Мы превращаемся в кочевников, никогда не теряющих контакта друг с другом» [3, с. 112].

Джон Урри в работе «Социология за пределами обществ. Мобильности двадцать первого столетия» представил манифест социологии, которая изучает различные мобильности людей, вещей, образов, информации и отходов, а также изучает сложные взаимодействия между этими различными мобильностями и их социальные последствия [4, с. 1]. Дж. Урри реализует новое видение «социального» посредством ряда «новых правил метода», важнейшее из которых состоит в использовании метафор. Урри утверждает, что наше понимание общества и социальной жизни базируется на различных метафорах и находит отражение в них [5, с. 21]. Основу социальной жизни составляет множество разнообразных мобильностей. Эти процессы лучше всего могут быть выражены посредством метафор, прежде всего, «метафор мобильности» и «метафор путешествия».

Большое внимание в своей работе Урри уделяет авто-мобильности, или передвижению посредством автомобиля. Автомобиль – основной продукт индивидуального потребления, важнейший социализационный и культурный инструмент современности. И при этом социология прежде всего, социология потребления и урбанистская социология уделила этому феномену явно недостаточное внимание.

Социология потребления должна была заметить, что автомобиль делает возможным разнообразные формы мобильности и вообще делает возможной «культуру автомобиля», а не ограничиваться исследованием статусных аспектов обладания автомобилем. Социология проигнорировала ключевое значение автомобиля в том, что он преобразует гражданскую жизнь, преобразует жилье, путешествие и социализацию посредством автомобилизированного временного пространства [6, с. 59].

Одним из новых видов социальной мобильности становится водная транспортная мобильность. В этом контексте можно говорить о преодолении владельцами водного транспорта как и территориальных границ, так и психологических барьеров. Благодаря этому возрастает социальное значение личного водного транспорта, к которому можно отнести катер, лодку и яхту. В результате появившейся возможности приобретения личного транспортного средства (в том числе водного), очевидным является изменение системы идентификаций. Катер в этом контексте является современным маркером дифференциации среди остальных членов общества.

Для изучения рынка катеров Саратовской области нами был выбран известный яхт-клуб «Л.». Данный яхт-клуб начал свою работу в сентябре 2006 г. Все члены яхт-клуба заключают договора с руководством сроком на один год, оплачивают арендную плату, получают личные пластиковые пропуска с фотографией. На территории яхт-клуба его члены могут воспользоваться следующими услугами: спуск на воду и подъем катера на сушу, мойка катера, заправка топливом. Ежегодно количество катеров постоянно увеличивается. В апреле 2009 г. территория яхт-клуба была расширена для возможности хранения большего числа водных транспортных средств. В 2007 г. было зарегистрировано около 100 катеров, а на 10 мая 2010 г. в яхт-клубе зарегистрировано 352 единицы водных транспортных средств, к которым относятся катера импортного и российского производства, гидроциклы, снегоходы и лодки ПВХ. Лидирующее место по количеству занимает марка катера Bayliner – 56 единиц, на второй позиции Stingray – 44 единицы, на третьем месте катера саратовского производства Crosswind – 21 единица. Из общего количества катеров 82 относятся к категории российского производства (около 25 %). Таким образом, можно сделать вывод о том, что катера российского производства не сильно популярны, это может быть связано с невысоким уровнем качества, даже не включая во внимание их относительно невысокую стоимость.

Ценовая политика стоимости катеров позволяет выделить: экономичную группу «плавсредств» от 5 000 \$ до 15 000 \$, средний класс – от 15 000 \$ до 100 000 \$ и единицы категории «люкс» – свыше 100 000 \$. Большую часть из представленных катеров в яхт-клубе можно отнести к категории среднего класса. Если говорить о социальном портрете современного потребителя, то это, как правило, представитель менеджмента среднего или высшего звена, которому необходимо избавиться от каждодневной суеты, побыть в тишине.

В последнее время катер становится не просто роскошью, а стилем жизни, увлечением на всю жизнь. Время, проведенное за штурвалом катера, остается в памяти человека навсегда. Отдельные члены общества начинают выбирать катера не только для рыбалки и прогулок, катер становится средством, которое может помочь избавиться от земного притяжения и делать всё, что является возможным для ярких индивидуальностей. Вместе с тем река и катер дают возможность почувствовать себя в отпуске, не уезжая из города. Водное транспортное средство постепенно внедряется в систему повседневных практик, становясь ее неотъемлемой частью для владельца. Также моторный катер – это не только средство передвижения по воде. Это и показатель статуса владельца, и свобода распоряжения собственным временем и свобода самовыражения. Мысль о том, что возможность свободно передвигаться по водным просторам

рам доступна не всем представителям общества, придает владельцу катера возможность повысить свой социальный статус.

С позиции изучения мобильности З. Бауман называет принцип, согласно которому образуется социальная «пирамида» новейшего времени, словом «мобильность» или «свободное передвижение в пространстве». Свобода передвижения, утверждает Бауман, высшая ценность в новом «глобализированном» мире, критерий и инструмент социального успеха. Те, в чьих руках максимум возможностей свободного перемещения, являются хозяевами жизни. Они на вершине «пирамиды» и, не связанные никакими местными условиями и ответственностью, диктуют условия всем остальным.

Ссылки:

1. Сорокин П. Человек. Цивилизация. Общество. М., 1992.
2. Делез Ж., Гваттари Ф. Что такое философия? М.; Спб., 1998.
3. Бауман З. Глобализация: последствия для человека и общества. М., 2004.
4. Urry John Sociology beyond Societies. Mobilities for the twenty-first century. London and New York, 2000.
5. Там же.
6. Там же.

References (transliterated):

1. Sorokin P. Chelovek. Tsivilizatsiya. Obshchestvo. M., 1992.
2. Delez JZ., Gvattari F. Chto takoe filosofiya? M.; Spb., 1998.
3. Bauman Z. Globalizatsiya: posledstviya dlya cheloveka i obshchestva. M., 2004.
4. Urry John Sociology beyond Societies. Mobilities for the twenty-first century. London and New York, 2000.
5. Ibid.
6. Ibid.