

ПЕРСОНА

ТАТЬЯНА БОРИСОВНА ЩЕПАНСКАЯ

Татьяна Борисовна Щепанская родилась в 1958 г., в 1981 г. закончила кафедру этнографии и антропологии исторического факультета Ленинградского государственного университета и поступила в аспирантуру Ленинградской части Института этнографии Академии наук (сейчас Музея этнографии и антропологии им. Петра Великого (Кунсткамера) РАН). В 1984 г. стала младшим научным сотрудником отдела восточных славян, где работает до сих пор, теперь уже в должности ведущего научного сотрудника. Все эти сведения несложно найти в интернете. У Татьяны Борисовны есть свой сайт, где в разделе «Рабочий кабинет» написано: «Правильно функционирую в башне из слоновой кости со множественными выходами в поле». Не знаю, как насчет «правильно», но все остальное, кажется, точно.

Когда я сама училась на историческом факультете Санкт-Петербургского государственного университета, мы обсуждали с друзьями недавно вышедшую книгу Т. Б. Щепанской «Символика молодежной субкультуры: опыт этнографического исследования системы: 1986–1989 гг.» (1993). Это было странно и необычно. Этнография, которой меня учили, была совсем о другом. И если уж искать в научном пути человека какую-то биографическую телеологию, то путь Татьяны Борисовны, кажется, всегда уводил ее в направлении «странного» и «другого». Ее исследования были обращены к исключениям и маргиналиям, необычным закуткам и закоулкам социального пространства, территориям лиминальности и пограничья, где нет ни черного, ни белого, где правила нарушаются, а принятые нормы не действуют.

Диссертация Т. Б. Щепанской была посвящена неземледельцам в земледельческой деревне — пастухам и мельникам, плотникам и печникам, кузнецам и знахарям — странным людям — ни «своим», ни «чужим», каким-то другим, пугающим и манящим одновременно (1986). В конце 1980-х гг. Татьяна Борисовна писала о молодежных субкультурах, о «системе», которой, кажется, больше не существует, но которая когда-то была важной частью молодежного андеграунда, спрятанного от глаз позднесоветского официоза (1988; 1992; 1993; 2004а). Потом — о других «странных людях», о собственно странниках, бредущих от одного места к другому, и о самой дороге — территории свободы и лиминальности (1995, 2003b). А еще была «чудца» — экзотическая «страна чудес» и ее обитатели из деревень Буйского района Костромской области (2004b). А потом к числу «странных людей» добавились «полевики» — этнографы и фольклористы, похожие одновременно и на пастухов с кузнецами, и на странников, и на хиппи, тусующихся в переходе на Невском проспекте (2003с; 2005а; 2005b; 2008; 2010b).

«Дорога», «движение», «динамика», «отсутствие устойчивости» — вот, наверное, главные понятия, которые проходят сквозной нитью через все работы Т. Б. Щепанской и заводят ее в самые разные области этнографического знания — от этнографии социальных групп и гендерных отношений до антропологии профессий и современных практик шеринга (1994; 1995; 2000; 2003а, 2010а).

Но если уж искать настоящую телеологию в научной биографии человека, то не трудно заметить, что Татьяна Борисовна Щепанская и сама человек в движении, превративший свою жизнь в поле, а поле — в свою жизнь. Именно поэтому исследования Т. Б. Щепанской всегда будут занимать особенное место в отечественной этнографии. Граница, разделяющая исследователя и объект исследования, проходит в них иначе, чем в большинстве других работ: не пространство, статус или «инокультурность» создают необходимую для этнографического взгляда дистанцию, а сам этнографический взгляд определяет оптику анализа, преломляя привычный окружающий мир сквозь призму «странного» и «другого».

Татьяна Борисовна Щепанская — автор четырех монографий и более ста статей в отечественных и зарубежных изданиях, член редакционного совета Журнала социологии и социальной антропологии, редактор сборников «Фольклор и этнография» (2011), «Аспекты будущего по этнографическим и фольклорным материалам» (2012), «Русский Север: идентичности, память, биографический текст» (2017), постоянная участница конгрессов антропологов и этнологов России, ежегодных конференций Российской ассоциации исследователей женской истории и многих других научных мероприятий. Уже более двадцати лет она преподает целый ряд антропологических дисциплин — сначала на факультете социологии (2002–2007), а затем — на факультете свободных искусств и наук (СПбГУ). Татьяна Борисовна и сейчас продолжает совершать выходы в поле из своей башни, погружаясь сама и погружая своих читателей в мир дальних трасс и городских мобильностей (2017a; 2017b; 2018).

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

Щепанская Т. Б. Неземледелец в земледельческой деревне: обрядовое поведение (севернорусская зона, XIX — начало XX в.): дис. ... канд. ист. наук. Л., 1986.

Щепанская Т. Б. Процессы ритуализации в молодежной субкультуре // Советская этнография. 1988. № 5. С. 15–25.

Щепанская Т. Б. Смеховой мир тусовки и проблема оформления межгрупповых границ // Школьный мир и фольклор. Таллин, 1992. Ч. 1. С. 162–186.

Щепанская Т. Б. Символика молодежной субкультуры: опыт этнографического исследования системы: 1986–1989 гг. СПб., 1993.

Щепанская Т. Б. Кризисная сеть: традиции духовного освоения пространства // Русский Север: к проблеме локальных групп. СПб., 1995. С. 110–176.

Щепанская Т. Б. Антропология профессий // Журнал социологии и социальной антропологии. 2003а. Т. 6, № 1. С. 139–161.

Щепанская Т. Б. Культура дороги в русской мифоритуальной традиции XIX–XX вв. М., 2003b.

Щепанская Т. Б. Полевик: фигура и деятельность этнографа в экспедиционном фольклоре // Журнал социологии и социальной антропологии. 2003с. Т. 6, № 2. С. 165–179.

Щепанская Т. Б. Система: тексты и традиции субкультуры. М., 2004а.

Щепанская Т. Б. Чудца: параметры уникальности // Аспекты уникального в этнокультурной истории и народной традиции. СПб., 2004b. С. 347–385.

Щепанская Т. Б. Заметки об автоэтнографии // Антропологический форум. Исследователь и объект исследования. 2005а. № 2. С. 121–134.

Щепанская Т. Б. Мужские персонажи в экспедиционном фольклоре // Гендерные исследования в контексте социологического образования. СПб., 2005b. С. 195–205.

Щепанская Т. Б. Мифологические персонажи в неформальном дискурсе «поля» // Антропологический форум. 2006. № 4. С. 326–346

Щепанская Т. Б. Символические репрезентации знания в неформальном дискурсе «поля» // Антропология академической жизни: адаптационные процессы и адаптивные стратегии. М., 2008. С. 100–140.

Щепанская Т. Б. Сравнительная этнография профессий: повседневные практики и культурные коды. Россия, конец XX — начало XXI в. СПб., 2010а.

Щепанская Т. Б. Фольклор малых социальных групп: к вопросу об определении «носителей» или социальной базы фольклора // От конгресса к конгрессу: навстречу Второму Всероссийскому конгрессу фольклористов. М., 2010b. С. 122–133.

Щепанская Т. Б. Вегикулярные маркеры и социальная коммуникация в потоке // Российская антропология и «онтологический поворот». М., 2017а. С. 295–328.

Щепанская Т. Б. Итинеративный дом: путешествие оседлых // Радловский сборник. Научные исследования и музейные проекты МАЭ РАН в 2016 г. СПб., 2017b. С. 227–236.

Щепанская Т. Б. Движение в мегаполисе: время и тело // Кунсткамера. 2018. № 1 (1). С. 48–59.

Е. А. Мельникова, к.и.н., МАЭ РАН

Т. Б. Щепанская

СОВМЕСТНЫЕ ПОЕЗДКИ В РОССИИ: ЦИФРОВАЯ СРЕДА, НОВЫЕ ЭКОНОМИКИ И ТРАДИЦИОННЫЕ ПРАКТИКИ

АННОТАЦИЯ. Рассматриваются экономические практики совместного потребления (*sharing-economy*) в сфере мобильности (конкретно — в сфере пассажирских междугородних перевозок) в России. В рамках процессов глобализации продвигается модель совместного потребления на базе так называемой платформенной экономики. В частности, в русскоязычном интернете распространяются цифровые платформы, выпускаются мобильные приложения, обеспечивающие организацию совместных поездок. Представлены материалы, позволяющие сопоставить эти формы совместных поездок с практиками, укорененными в национальной и локальной традиции (обычаями взаимопомощи, сформировавшими институты попутчиков, автостопа; см.: Щепанская 2004: 152–157), и другими формами организации в сфере перевозок (междугородние маршрутные такси, диспетчерские службы и т. п.). Эмпирической базой послужили полевые исследования междугородних пассажирских перевозок на Северо-Западе России (2011–2018 гг.), а также платформы поиска попутчиков в Рунете.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: совместные поездки, попутчики, автостоп, цифровая экономика, совместное потребление, шэринг, экономика сообщества, мобильность, автомобильные перевозки, глобализация, глобальные сервисы, локальные традиции

УДК 316.7(420.7)

DOI 10.31250/2618-8619-2019-1(3)-147-161

ЩЕПАНСКАЯ ТАТЬЯНА БОРИСОВНА — к.и.н., в.н.с. отдела этнографии восточных славян и народов европейской части России, Музей антропологии и этнографии им. Петра Великого (Кунсткамера) РАН (Россия, Санкт-Петербург)

E-mail: poehaly@yandex.ru

СОВМЕСТНЫЕ ПОЕЗДКИ: ИННОВАЦИЯ И ОБЫЧАЙ (К ПОСТАНОВКЕ ПРОБЛЕМЫ)

Интерес к тематике «совместного потребления», или «шеринга» (от англ. *share* — делиться, разделять, *sharing* — совместное пользование, долевое участие), оформился в период моего сотрудничества с проектом изучения «новых экономик» (см.: Паченков и др. 2017: 70–72). В сфере перевозок мое внимание привлекли практики райдшеринга и карпулинга (англ. *raidsharing*, *carpooling*). Англоязычная по преимуществу терминология, принятая среди организаторов и пользователей (в том числе русскоязычных), связана с международным характером продвижения новых платформенных экономик. В проекте по «новым экономикам» участвовала кафедра проблем междисциплинарного синтеза в области социальных и гуманитарных наук факультета свободных искусств и наук Санкт-Петербургского государственного университета (СПбГУ). Студентами этой кафедры под моим руководством были собраны эмпирические материалы об опыте совместных поездок. Их информанты — имеющие такой опыт представители молодого поколения в возрасте 19–22 лет, с которыми собиратели общались напрямую или в социальных сетях.

На мой взгляд, необходимо дополнить собранные тогда (в основном среди молодежи) данные изучением локальных традиций, которые в немалой степени определяют организацию совместных поездок в России. Какие способы организации совместных поездок, кроме онлайн-сервисов, актуальны в российском случае? С какими местными практиками сопоставляют райдшеринг его российские пользователи? Могут ли локальные традиции в сфере перевозок стать базой для адаптации/локализации международных сервисов, продвигаемых на базе экономической модели *sharing economy*, или их следует рассматривать как конкурирующие организационные формы?

В статье я рассматриваю те материалы об укорененных в российской традиции практиках совместных поездок, которые были собраны до и после завершения проекта, и ставлю задачу их сопоставления с практиками совместных поездок (как разновидности шеринга) на базе международных онлайн-платформ (в поле зрения попала в основном платформа BlaBlaCar).

Ссылки на полевые материалы (ПМ) сопровождаются указанием пола и возраста информанта, а также фамилии собирателя (кроме автора, это студентки Д. Терехина, В. Красс, К. Левитина, А. Тертерова). Большинство информантов — жители Санкт-Петербурга, в иных случаях место жительства указано в скобках. Полевые дневники автора (ПДА) хранятся в Архиве МАЭ РАН и в личном архиве автора. Значительная, вероятно, ключевая роль интернет-платформ в функционировании практик «новой экономики» обусловила необходимость исследования соответствующих интернет-ресурсов с использованием методик «виртуальной этнографии», когда собиратель обращается к этим ресурсам как один из участников взаимодействий или непосредственно наблюдает эти взаимодействия (Figaredo et al. 2007).

СООБЩЕСТВО, РАЗДЕЛЯЕМЫЕ РЕСУРСЫ И ОБЩИЕ ЗНАНИЯ

Термин *sharing* и связанные с ним обросли уже множеством интерпретаций, и в русскоязычную среду они пришли в контексте транснационального продвижения платформенной экономики и в соответствующем значении. Но этот контекст довольно специальный и не единственный. Так, американский антрополог Йочай Бенклер в качестве примера совместных поездок анализирует *carpooling* в небольшом городке в Вирджинии (Benkler 2004). На базе этнографических данных он описывает порядок перевозок, укорененный в обычаях локального сообщества, известный всем по умолчанию, то есть базирующийся на разделяемых в этом сообществе (*shared*) знаниях. Этот

порядок он и рассматривает в качестве карпулинга, как разновидность шеринговых практик. Разделяемым (общеизвестным в сообществе) знанием являются время и место посадки попутчиков, порядок оплаты, основные правила поведения и порядок контроля в машине. Оплата деньгами может присутствовать или нет, и размер ее согласовывается с водителем. Правила поведения: разговор с водителем, курение, еда в машине, изменение маршрута — определяют неформальные нормы и водитель (Benkler 2004). В таком виде практика совместных поездок зафиксирована в статье 2004 г., когда шеринг не стал еще трендом в экономике и продвижении новых сервисов. Таким образом, под карпулингом Й. Бенклер понимает разновидность экономических практик, укорененных в сообществе, — базирующихся на общем знании разделяемых правилах и практиках согласования с обладателем ресурса. Все это обеспечивает доверие между обладателем и пользователями ресурса (автомобиля, умений и времени водителя), необходимое для устойчивого воспроизводства экономических взаимодействий (см.: Полухина, Стрельникова 2014).

Подобные (укорененные в местном сообществе) формы совместных поездок можно наблюдать и в России. Разберем в качестве примера практики, зафиксированные в моих записях на востоке Новгородской области (они наиболее подробны, хотя такие же практики мне приходилось встречать и в других местах). В центре внимания — Боровичский и Мошенской районы. Водители такси, маршрутных такси и автобусов там хорошо знают друг друга, а формальные практики организации перевозок тесно переплетены с обычаями. Среди водителей есть формально занятые (сотрудничающие с диспетчерскими службами или зарегистрировавшие ИП — индивидуальные предприниматели), самозанятые, а также время от времени берущие попутчиков на неформальной основе, необязательно за деньги. Вопрос оплаты обычно решается посредством переговоров и может варьировать.

Опишем характерную практику совместных поездок из села Мошенского в город Боровичи (50 км). Собираясь в поездку, жители либо звонят кому-нибудь из водителей (те распространяют визитки или же просто информируют о намерении поехать в город своих знакомых), либо просто выходят к автостанции в то время, когда здесь «набираются». Водители, готовые ехать в Боровичи и желающие набрать попутчиков (как регулярно оказывающие услуги перевозчиков, так и выполняющие единичную поездку), подъезжают к автостанции и ждут, когда в машину наберутся пассажиры по числу посадочных мест, расходы на поездку они разделяют обычно поровну. Известны, впрочем, и варианты. Например, родственник или близкий знакомый может ехать бесплатно, также водитель может не взять денег с детей или очень пожилого пассажира — все это определяется понятным всем обычаем, но последнее слово за водителем. И то и другое зависит от положения пассажира и водителя относительно друг друга в системе сетевых связей (об экономическом эффекте сетевых связей см.: Jackson et al. 2017). Место «набора» общеизвестно — площадка у автостанции (сама автостанция сейчас закрыта), а время определяет расписание рейсовых автобусов, ныне отмененных (прежнее расписание — тоже предмет общего знания). Правила поведения в машине (курить или не курить, открыть ли окно и т. п.) обсуждаются с водителем. По тому же принципу «набираются» в Боровичах, Окуловке и многих других местах. Опосредующей структуры в виде цифровой платформы здесь нет, порядок взаимодействий владельца и потребителей ресурсов определяется традицией (общим знанием). По основным критериям (разделяемые ресурсы, знания и правила взаимодействия) порядок очень похож на описанный в статье Бенклера.

Когда мы говорим об экономике сообщества, то речь может идти и о сообществе самих водителей: именно оно опосредует часть функций по координации взаимодействий. Так, роль опосредующей структуры у боровичских и мошенских таксистов играют неформальные сетевые связи в их собственной среде. Пассажиры обычно вызывают такси, набирая номер телефона одного из

водителей. Если таксист, принявший вызов, в это время занят или отдыхает, то он передает заказ другому (сам созванивается и узнает, кто готов перевезти пассажира, то есть выступает в роли диспетчера). После этого пассажиру перезванивает водитель, который готов принять заказ. Тот из таксистов, у кого много клиентов, кто популярен и часто получает заказы (чаще, чем способен их обслужить), передает свои заказы другим систематически и становится кем-то вроде диспетчера в неформальной среде своих коллег, приобретая авторитет, а со временем и неформальный статус «бригадира». Бригадир распределяет очередность «набора» пассажиров, инициирует обсуждение согласованного ценника перевозок и выполняет ряд других координирующих функций (Щепанская 2014). Сетевые связи между таксистами обычно актуальны на рейсах между Боровичами и окружающими городками и селами в радиусе примерно 50 км, однако я сталкивалась с ситуацией распространения этих практик также на дальние междугородние перевозки. Я ехала из Мошенского в Боровичи на одной из машин, которые «набирались» у автостанции. Водитель спросил меня: «А в Питер как поедете?» — «Автобусом» [во время записи в 2012 г. еще ходили рейсовые автобусы Боровичи — Санкт-Петербург; на момент написания статьи они уже несколько лет отменены, остались маршрутные такси. — *Т. Ш.*]. — «А не хотите на маршрутке?» — «Да я как-то привыкла автобусом... а маршрутка во сколько выходит?» — «В десять тридцать (то есть как и автобус, но я понимаю, что прибудет она в Петербург быстрее часа на три)». — «А места там будут?» — уточнила я. Тогда водитель позвонил диспетчеру компании-перевозчика и записал меня на рейс, спросив мою фамилию и передав ее диспетчеру (ПДА 2012).

Наряду с неформальными структурами локальных и водительских сообществ развивается и еще один вид структуры-посредника — диспетчерские службы, которые уже явно выходят за рамки экономики шеринга. Они выглядят как вполне организованные коммерческие компании («Такси Межгород», «Такси Межгород № 1» в Боровичах). Однако влияние обычая заметно и в этой сфере. Водители находятся с диспетчерскими компаниями в разных отношениях: от наемной работы до просто оплаты рекламы и получения информации о пассажирах (подробнее см.: Щепанская 2014). Пассажир связывается с диспетчерской службой по телефону, а та передает заказ водителю. Рейсы объявляют как регулярные, время их печатается на визитках и в социальной сети «ВКонтакте», однако на деле расписание непостоянно: если пассажиров на какой-то рейс слишком мало, то их просят перейти на другой рейс, а незаполненный отменяют. То есть какого-либо обязательства совершить поездку по расписанию нет, хотя принято оповещать пассажиров и согласовывать с ними отмену или перенос поездки. Из моего разговора с боровичским таксистом: «Диспетчер позвонил, не знает, что делать, на пять [часов. — *Т. Ш.*] все водители вычеркнулись. — А можно отказаться? — Конечно, у всех же свои машины, работаешь на своей — хочу еду, хочу не еду. Нужно не позже чем за три часа отказаться, чтобы успели найти машину. Сказал, что если не найдешь никого, я поеду (пояснил: не отдавать же конкурентам). Она никого не нашла, я и поехал. И были пассажиры и туда, и из Новгорода. <...> Ну и настроение было. А бывает, что настроения нет... Иногда вот запишется один человек, и ехать никуда неохота. Так день и пройдет. Иногда откажешься. А если с утра настроения нет, то я сразу снимаю себя с маршрута. А иногда настроения нет — не хочу ехать» (ПДА 2012, Боровичи). Этот эпизод иллюстрирует возможность водителей ориентироваться не только на формальные правила перевозок, но и на обычай, неформальные принципы согласования интересов и координации намерений.

Диспетчерская служба выступает как структура-посредник между потребителями и поставщиками услуг, то есть взаимодействия уже не ограничиваются неформальными структурами сообществ. Эта служба заказывает визитки с номерами телефонов и ведет группу на сайте «ВКонтакте», где

размещает информацию о рейсах и порядке пользования (как пример см. группу «Такси Межгород»). Это уже можно рассматривать как создание виртуальной площадки-посредника в интернете, то есть шаг на пути к платформенной экономике. Однако, в отличие от нее, регистрации от пассажиров пока не требуется, как и от водителей, при записи на поездку пассажир называет свои ФИО, при посадке должен, в соответствии с федеральным законом, предъявлять паспорт, как при любой поездке общественным транспортом.

Таким образом, на примере организации межрайонных перевозок на востоке Новгородской области мы зафиксировали ряд форм, от базирующихся на неформальных правилах и знаниях (то есть экономики сообщества) до коммерческих компаний-посредников, причем некоторые из них используют виртуальные площадки в цифровой среде пока еще наряду с традиционными формами — телефонной диспетчерской службой или устной договоренностью. Как эти формы координации совместных поездок соотносятся с распространением шеринговых практик через международные интернет-платформы?

ПЛАТФОРМЫ ПОИСКА ПОПУТЧИКОВ: АПЕЛЛЯЦИЯ К ТРАДИЦИИ

Новый шеринг, в современном значении слова, развивается с появлением в структуре этих совместных поездок и других практик совместного потребления опосредующей интернет-платформы-агрегатора, позволяющей напрямую связаться между собой владельцу ресурса и пользователям, не объединенным непосредственными связями, ни родственными, ни профессиональными, ни локальными. В сфере пассажирских перевозок в России интернет-сервисы становятся заметны в начале 2010-х гг., заявляя о себе как «сервисы поиска попутчиков». Их названия («Попутчик», «Попутчик72», «Попутчики Санкт-Петербурга», «Попутка», «Довезу», «Доедем вместе», «Поехали вместе», «Поехали вместе 2014», «На попутке») апеллируют к традиции подвозить попутчиков в порядке взаимопомощи или вскладчину: оплата за поездку в этом случае интерпретируется не в терминах прибыли, а в терминах разделения расходов на поездку (как говорят, «на бензин» — см.: Попутчики оплачивают бензин 2012). В наименовании сервиса «Бомбила» содержится напоминание о другом институте — неформального частного извоза. Таким образом, появление интернет-сервисов совместных поездок, их продвижение вписано в дискурсивные рамки традиционных для России институтов. Способствует ли такое соотнесение продвижению новых практик?

В (само)определении различных форм платформенной экономики используются термины *sharing*, *carpooling*, а в русскоязычной среде — определение «попутчики», ранее относившееся, как мы помним, к формам совместного потребления, базирующимся на неформальных практиках и обычаях. В то же время укорененные в сообществе отношения уступают место контактам в виртуальной группе пользователей, зарегистрированных на цифровой платформе, а разделяемое общее знание — информации, аккумулируемой той же платформой-агрегатором. Социальный контекст меняется, но остается дискурсивная оболочка-определение.

Остаются и черты идеологии шеринга, прежде всего в части апелляции к общему благу, разделяемым ценностям (чаще всего коммуникативным и экологическим) и, как правило, отказу от ориентации на прибыль как главную цель взаимодействий. Интернет-платформа формирует субститут сообщества, предлагая заместители близости через создание механизмов повышения доверия: создание группы через регистрацию на платформе и персонификацию через установку мобильного приложения на своем смартфоне, сообщение участниками сведений о себе и их доступность в профиле пользователя, общий мягкий и информализованный стиль коммуникации и т. п. Тем не менее

пользователи и наблюдатели замечают различие между тем, что понимают под шерингом в прямом значении слова, и тем продвижением транснациональных компаний или общественных движений, которое можно наблюдать под этим названием в реальности.

Р. Белк в журнале «Anthropologist» предлагает схему, позволяющую отличить практики, основанные на принципах шеринга, от тех, которые он обозначает как псевдошеринг. В основе «истинного» шеринга лежат в первую очередь интенции поддержания связей между людьми (отсюда интенсивность коммуникации и принцип взаимности), а не получения дохода. Взаимодействия опосредуют договоренности между участниками, агрегатор совместно устанавливается и поддерживается (как, например, участники группы фудшеринга совместно поддерживают сайт или группу в социальной сети «ВКонтакте»), в этом случае потребители ресурса одновременно являются и организаторами площадки для обеспечения такого потребления (привлечения, распределения). Складчина может существовать или нет — по необходимости. А такие практики, как долговременная и краткосрочная аренда, лизинг, онлайн-сервисы гостеприимства и др., в тех случаях, когда они не опираются на общественные обычаи, правила, устанавливаются агрегатором, принадлежащим организатору ресурса или сервиса, и отчисления ото всех участников идут через агрегатор, Р. Белк предлагает считать псевдошерингом, заимствовавшим только название и нередко словарь, но не принципы. Ценности сопринадлежности, разделяемой идентичности и общего блага уступают место эго-мотивам потребления/предоставления услуг (Belk 2014: 8, 14, 19–20).

Дискурсивные конструкции «шеринга», применяемые к продвижению современных сервисов через интернет-платформы, все чаще становятся объектом критического анализа (см., например: Kennedy 2013). Впрочем, тот же Р. Белк пишет о существовании множества переходных способов, от классических форм общего пользования ресурсом по обычаю до сервисов аренды, лизинга и тому подобного, организаторы которых ориентированы на получение дохода. Промежуточными формами могут быть сервисы онлайн-поддержки оффлайн-практик бартерных обменов, гостеприимства, базирующихся на практиках реципрокности и чувстве сопринадлежности участников.

Наиболее известный из сервисов совместных поездок в России на момент написания статьи — сервис BlaBlaCar. Сейчас он получает денежные отчисления из средств, полученных в качестве оплаты поездки. Но на его сайте присутствует и апелляция к традициям экономики сообщества (складчины). В частности, там сказано, что сервис служит пользователям «для выполнения совместной поездки и, соответственно, разделения связанных с поездкой расходов». Здесь BlaBlaCar наследует своему предшественнику — сервису «Подорожники», впоследствии им поглощенному (Кириллова 2014): «Есть такой замечательный сервис — Подорожники, созданный для того, чтобы объединять водителей и пассажиров, которым по пути (на работу, учебу, в аэропорт или в другой город). Водители “расшаривают”, а пассажиры бронируют свободные места у попутных водителей и компенсируют расходы на бензин», — писали на сайте Autokadabra, рекламируя этот сервис в 2012 г. (Попутчики оплачивают бензин 2012). Практика разделять расходы на топливо уже выходит за рамки обычаев взаимопомощи, но еще не идентифицируется участниками как коммерческая практика оплаты проезда, а соотносится с другими формами складчины (разделяемых расходов, то есть, собственно, шеринга в первоначальном значении слова).

Об этой же традиции разделения расходов на топливо говорит и один из водителей, ссылаясь на нее как на первоначальную базу для сотрудничества с сервисом BlaBlaCar. «Мой папа рассказал мне, — свидетельствует информантка (ПМ 2017–2018: Терехина, Красс; Ж 20 лет), — так как ему приходилось в связи с работой часто мотаться из Волгограда в Астрахань и обратно, он решил немного отбить денег за бензин за счет таких попутчиков, и он тоже стал таким водителем [через

VlaBlaCar. — Т. III.]. Получается, что именно от него я и узнала об этом сервисе». В данном случае отец информантки описывает обращение к сервису VlaBlaCar как средство реализации знакомой ему традиции. Иными словами, традиция послужила базой для рекрутирования участника (водителя, то есть обладателя совместно используемого ресурса) на сервис и способствовала поддержке новой экономической практики. Но здесь речь идет о представителе среднего поколения.

Интервью с молодыми информантами фиксируют соотнесение современных форм шеринга не столько с традицией, сколько с актуальной модой: «Мне кажется, о традиции нельзя говорить, потому что шерингом занимаются молодые люди, — заявила студентка, участница группового интервью. — Я воспринимаю каршеринг как что-то крутое...» (ПДА 2017; Ж 20 лет). Сообщество петербургских автомобилистов spb-auto в «Живом Журнале» откликнулось на появление каршеринга (городской сервис аренды автомобилей, от англ. *carsharing*), при этом также подчеркивая стилистическую отличительность новой практики: «На делимобилях ездят какие-то хипстеры», — пишет пользователь *gealwk* (*Car Sharing* 2017). Петербургская эко-журналистка, участница группы каршеринга в социальной сети «ВКонтакте» и организатор многих акций раздачи еды (фудшеринг, от англ. *foodsharing*) подчеркивает актуальность темы: «Сейчас это все-таки такой тренд, поэтому все модные, хипстерские издания про это стараются писать», — шэринг она относит к экологической проблематике (ПМ 2017: Тергерова; Ж около 22 лет). Мотивы экологичности совместных поездок (уменьшение числа машин на дорогах, снижение выбросов и т. п.) присутствуют в презентациях большинства сервисов (см.: Поехали вместе; VlaBlaCar: наша история). Сервисы, популярные в молодежной среде как способы экономии, таким образом, переопределяются в терминах экологической ответственности, переставая быть маркерами «бедности», что, вероятно, должно способствовать большей готовности к принятию их уже как элемента общей идентичности.

Однако в интервью и отзывах пользователей сервиса совместных поездок, да и в продвижении самого сервиса (VlaBlaCar) заметнее не столько экологическая, сколько коммуникативная мотивация: совместные поездки представлены в контексте радости новых встреч, интересного общения близких по духу людей и т. п. Сервис позиционирует себя как неформальный, а атмосферу в поездке как почти «домашнюю» (поддерживается фактор доверия, влияющий и на экономическую эффективность). Как создается чувство близости в поездках (между незнакомыми людьми)? Встроены ли средства его конструирования в сами сервисы? Одним из самых очевидных инструментов выступает определение совместного потребления в терминах привычных практик, а пользователей сервиса — в терминах традиционных социальных структур.

ПОРЯДОК КОММУНИКАЦИИ: НЕОФИЦИАЛЬНЫЙ СТИЛЬ

Отпечаток традиций подвозить близких определяет порядок и стиль коммуникаций в совместных поездках, он, по впечатлению ряда пользователей, более неформальный, свободный, если сравнивать с общественным транспортом. «Каким было общение с водителем и попутчиками? — спрашивают интервьюеры молодого человека о такой поездке. — Да обыкновенным, неофициальным. Не было какого-то напряжения или негатива, если ты об этом» (ПМ 2017–2018: Теребихина, Красс; М 19 лет). Название международной системы райдшэринга, «Блаблакар», по-русски звучит именно как указание на коммуникативный аспект поездки, интенсивное и свободное общение, то есть речь идет о конвертации материального владения (транспортным средством) в коммуникативный капитал. Коммуникативный стиль совместных поездок с помощью VlaBlaCar представлен на сайте как дополнительный (наряду с дешевизной) стимул пользоваться сервисом. Указание на этот

стимул есть и в интервью некоторых пользователей: «Пока это действительно самый дешевый метод передвижения <...> Во-вторых, это возможность познакомиться с настолько разными людьми, на мой взгляд, это круто, в других видах транспорта дистанция ощущается сильно, не знаю почему. Здесь все как-то очень неформально и дружелюбнее, что ли» (ПМ 2017–2018: Теребихина, Красс; Ж 20 лет, Москва). В интервью описывают и примеры, когда водитель продолжает чувствовать ответственность за пассажиров даже после поездки, проявляет интерес и заботу о нем, как будто это близкий человек (ПМ 2017–2018: Теребихина, Красс; Ж 22 г., Львов).

Но как достигается эффект близости? Некоторые характеристики самой платформы направлены его конструируют, предлагая участникам заранее сообщить о себе как можно больше информации: заполнить анкету при регистрации, дать ссылки на свои аккаунты в социальных сетях, соответственно все участники поездки имеют возможность заранее «познакомиться» друг с другом. Мотивируется это как соображениями безопасности, так и возможностью подобрать себе подходящих по стилю общения попутчиков. Некоторые пользователи так и выбирают попутчиков (и водителей, и пассажиров) — по критериям стилистического сходства: «У меня требования [к водителю при выборе через BlaBlaCar. — Т. Ш.] только в плане того, чтобы мне понравился человек эмоционально, то есть это должен быть человек, ну, когда я путешествовала одна, мне было важно, чтобы это был человек примерно моего возраста, чтобы у нас были общие темы для разговора, и мне хотелось, чтобы у нас был общий дух приключений, чтобы можно было обсудить какие-то темы» (ПМ 2017–2018: Теребихина, Красс; Ж 22 года).

Часть пользователей сервисов связывают близость интересов и легкость общения с возрастом и похожей жизненной ситуацией, поэтому стараются подбирать молодых попутчиков: «Водитель был с девушкой, и так как я тоже была с молодым человеком, то мы быстро нашли общий язык. Других пассажиров не было. <...> Было достаточно комфортно, водитель оказался примерно нашего возраста, это позволило быстро наладить общение. <...> Парень с водителем затрагивали иногда тему автомобилей или там работы» (ПМ 2017–2018: Теребихина, Красс; Ж 20 лет). Один из пользователей сервиса полагает, что на его основе формируется своя культура: «Да, конечно, это определенная культура путешествий. Пока еще не такая распространенная, как автостоп, но все же. В первую очередь это удобно и выгодно обеим сторонам. Общение, расширение кругозора и мобильность — пожалуй, эти качества соответствуют современным тенденциям молодежи» (ПМ 2017–2018: Теребихина, Красс; М 19 лет). Средства конструирования эффектов общности сервисами совместных поездок их молодые пользователи интерпретируют как специфический стиль коммуникации, достаточно комфортный для них, иногда прямо определяемый как «молодежный» и даже «хипстерский». Этот стиль, по их мнению, отличает практики шеринга от практик, укорененных в отечественной традиции. Однако в описаниях конкретных случаев организации поездок с помощью сервисов пользователи иногда сопоставляют их с путешествиями на маршрутных такси и автостопом.

СЕРВИСЫ СОВМЕСТНЫХ ПОЕЗДОК И КОММЕРЧЕСКИЙ ТРАНСПОРТ

Выше мы писали о местных практиках междугородних пассажирских перевозок на примере востока Новгородской области: в основном эта ниша занята небольшими компаниями, ИП, самозанятыми и неформально занятыми (такси, маршрутные такси). Используют ли они современные сервисы для «набора» пассажиров? Строго говоря, заявленная на сайте BlaBlaCar миссия включает и размещение информации о регулярных маршрутах: услуги связи посредством интернет-платформы

обещают и предоставление «возможности осуществить поиск и получить доступ к информации об автобусных поездках, опубликованной профессиональными организациями-перевозчиками, оказывающими услуги по перевозке» (BlaBlaCar). Однако это, по-видимому, не вполне совпадает с ожиданиями ряда пользователей, которые привыкли видеть в сервисе площадку для прямых переговоров с водителем — частным лицом.

По свидетельству молодого человека, искавшего на сервисе поездку из Кирова в Санкт-Петербург, «на такой довольно продолжительный маршрут было не совсем легко найти водителя, честно говоря. Именно обычного водителя, а не рейсовые маршрутки. В итоге обычного водителя я не нашел и поехал на рейсовом, которые ходят почти каждый день по расписанию. Они тоже представлены в сервисе, как оказалось» (ПМ 2017–2018: Терехина, Красс; М 22 года). Рассказчик отмечает и стиливое несоответствие ожиданиям от шеринга: «Так как я ехал на рейсовом марике [маршрутке. — Т. Щ.], то людей было довольно много, человек 12 нас ехало вроде, кто-то один ехал, как я, кто-то в компании, по 2–3 человека, друг с другом мы не общались, иногда сигареты стреляли, больше никаких контактов не было» (ПМ 2017–2018: Терехина, Красс; М 22 года). Тем не менее характерная для сервиса попутчиков, в отличие от рейсового транспорта, неопределенность сохраняется: «Мне вся эта шляпа не нравится, я люблю знать, что я сяду, например, на поезд во столько-то, приеду туда-то во столько-то, а даже на том же блаблакаре всякое может произойти» (ПМ 2017–2018: Терехина, Красс; М 22 года).

На сервисе, где я искала, например, поездки из Санкт-Петербурга в Боровичи Новгородской области, из Архангельска в Санкт-Петербург и другие маршруты, мне было трудно отличить водителя, предлагавшего поездку на маршрутке, от частного лица, готового взять попутчика в личную машину. Система регистрации на сервисе подразумевает создание профиля пользователя, в котором он(а) сообщает сведения о себе. Это считается одним из преимуществ платформы как способ обеспечить виртуальное знакомство потенциальных попутчиков. Приведу выдержки из двух профилей, которые я увидела, подбирая себе поездку из Санкт-Петербурга в Боровичи в начале 2018 г.

«Водитель А-н (есть фотография), 64 — возраст. 4,9/5 — 83 отзыва. Отличные навыки вождения — 3/3. Иногда люблю поговорить. В машине не курить <...>. Друзей VK: 134. Активность пользователя: предложено поездок: 245. 75 % ответов на сообщения. Последний визит: сегодня — 18:18. Дата регистрации: дек. 2015. Водитель Д-й, 45 — возраст. Иногда люблю поговорить <...>. Друзей в Facebook: 342. Активность пользователя: предложено поездок: 2. Последний визит: сегодня — 19:43. Дата регистрации: авг. 2017». Указания на марки автомобилей я опустила (оба указали обычные легковые машины).

Размещенные на сайте данные (фотографии, указание на личные предпочтения, вкусы, коммуникативные качества), по свидетельству участников совместных поездок, оказывают влияние на степень доверия. Именно доверие (эффект общности) определяет решение ехать или отказаться от поездки. Вот как говорят о мотивах выбора водителя для совместной поездки пользователи-пассажиры: «Ну в первую очередь я обращаю внимание на его фотографию, количество поездок и сколько отзывов. Также всегда смотрю, насколько заполнена сама страница водителя, я имею в виду социальные сети, номера, марка машины. Чем больше информации, тем лучше!» (ПМ 2017–2018: Терехина, Красс; Ж 20 лет, Москва). «Во-первых, это его отзывы, чем больше откликов, поездок, тем лучше. Новичков всяких исключала для себя из списка претендентов. Только подтвержденные аккаунты, еще идеально если будет указан Фейсбук, должен максимально быть заполнен профиль» (ПМ 2017–2018: Терехина, Красс; Ж 22 года). Почти по всем указанным параметрам: частоте и количеству поездок, наличию отзывов, подробности и полноте заполнения профиля — преимущество на

стороне первого водителя (из вышеприведенных). Вообще репутации на сервисе построены так, что преимущество будет иметь водитель, совершающий регулярные и частые поездки (в большинстве случаев это означает: профессионал), как в первом из приведенных выше профилей. Но у этого водителя указан легковой автомобиль, где есть место для 3–4 пассажиров.

Таксист из Боровичей, которого я спросила, не ездит ли он в Санкт-Петербург, ответил: «Я на Новгород ездю. На Питер невыгодно, у меня машина маленькая. И если взять четыре человека по 800 руб. — невыгодно, по деньгам то же, что в Новгород съездить. Может быть, в Новгород чуть поменьше, но и устаешь меньше» (ПДА 2012). Водитель с сайта BlaBlaCar объявил стоимость поездки для одного пассажира 600 рублей¹. Это на начало 2018 г., а вышеприведенная беседа про невыгодность состоялась в 2012 г., когда стоимость топлива и другие расходы были намного ниже. Сказанное, разумеется, не дает основания утверждать, что перед нами профиль водителя маршрутного такси. Возможно, водитель ездит в Боровичи регулярно по каким-то своим делам, а попутчиков берет действительно «за бензин». Однако общая тенденция такова, что водители регулярных рейсов должны иметь преимущество по большинству параметров. На сайте BlaBlaCar за время моих наблюдений, начиная с 2017 г., я заметила несколько водителей, объявлявших поездки по маршруту Санкт-Петербург — Боровичи регулярно (еженедельно и чаще). Появляются и водители, прямо обозначившие в профиле коммерческий характер своего предложения (ИП). На момент написания статьи картина следующая: семь водителей объявили поездки по этому маршруту на ближайшие четыре дня. Из них двое заявлены как ИП, еще трое обозначили стандартное для маршрутных такси место отправления (около м. «Звездная» и «Купчино»).

Таким образом, регулярные перевозчики пользуются сервисом, однако вся система перевозок на сетевые платформы пока не переместилась (возможно, из-за ограничений, накладываемых на число поездок в день). Так, водители из Мошенского и Боровичи, как мы видели, в большинстве случаев предпочитают оставаться партнерами диспетчерских служб, опираться на неформальные связи в локальном сообществе или на сетевые связи водителей. Онлайн-сервис и телефонные диспетчерские службы пока делят одну и ту же нишу.

RAIDSHARING И АВТОСТОП

Автостоп — еще одна традиция, с которой сравнивают сервисы совместных поездок их пользователи. Сравнивают по признаку безопасности: BlaBlaCar все информанты описывают как более безопасную практику, и не все пользователи сервисов попутчиков ездили или готовы поехать автостопом. Для некоторых это вынужденная альтернатива: «А от Зальцбурга до Вены я договаривалась доехать через “Блаблакар”. В итоге меня два водителя кинули, проигнорили. Думаю, пойду на станцию, куплю билет на автобус евро за 15. Оказалось, что все автобусы уехали уже. Билет на поезд стоит 60 евро. Не то чтобы меня жаба так душила, просто у меня вообще не было таких денег. А на следующий день у меня самолет в Питер. Ну что, привет, автостоп» (ПМ 2017–2018: Левитина; Ж 20 лет). В качестве плюсов по сравнению с автостопом называют большую определенность (можно зарегистрироваться на нужное время), безопасность (регистрация на сайте дает какую-то предварительную информацию о попутчиках и возможность выбора). Минусы — необходимость в большинстве случаев оплаты и регистрация. «Это по сути одно и то же, как автостоп, но это гораздо безопаснее для тех, кто боится, если ты не боишься, то лучше автостоп, а если

¹ URL: <https://www.blablacar.ru/trip-sankt-peterburg-borovich-i-998451066>

боишься, то блаблакар — это самое лучшее, мне так кажется» (ПМ 2017–2018: Терехина, Красс; М 19 лет).

Еще один из параметров сравнения — порядок коммуникаций. Не раз приходилось слышать, что в случае автостопа водитель берет попутчика, чтобы не заснуть, не скучать в дороге, и общение с ним — твой вклад, компенсация за поездку. Об этом говорит в интервью, в частности, опытный автостопщик: «Устаешь, устаешь от общения. Поэтому я сейчас не так часто практикую автостоп. Я заплачу — я промолчу. Хотя все эти “Блаблакары” тоже стараются вытянуть из тебя по максимуму» (ПМ 2017–2018: Левитина; М 21 год). Принцип «я плачу — я молчу», казалось бы, позволяет пользователям сервиса совместных поездок уходить от необходимости поддерживать разговор, потому что присутствует оплата, однако, как заметил собеседник К. Левитиной, тут это правило, похоже, не действует: коммуникативная компенсация может быть востребована наряду с денежной.

Сервис как будто копирует обычаи автостопа, кроме вопроса оплаты. И тот же собеседник отмечает его изменение — дрейф в сторону коммерциализации: «“Блаблакар” сейчас набирает актуальность. Раньше это было что-то из разряда автостопа. “О, ‘Блаблакар’! Как водитель? Как доехали? Каким маршрутом?” Сейчас это типа дешевле, чем автобусом или поездом. Раз на раз не приходится, часто дороже. Сейчас очень много кто этим даже зарабатывает. Раньше идея этого была типа найти компанию в дорогу, чтобы было с кем поболтать, новые знакомства. Самый лучший собеседник — тот, кого ты не знаешь. И пассажир оплачивает только бензин» (ПМ 2017–2018: Левитина; М 21 год). Коммуникативная идея путешествия как знакомства с новыми людьми уступает место коммерческой идее заработка. И практики совместных поездок все более начинают сравнивать уже не с «вольными путешествиями» автостопом, а с коммерческими перевозками на маршрутных такси.

ТЕКСТЫ АНТИШЭРИНГА: ДЕКОНСТРУКЦИЯ СТРУКТУР ДОВЕРИЯ

С появлением практик совместного потребления в русскоязычной Сети актуализировался еще один вид дискурсивных структур, которые мы обозначим как тексты «антишэринга». Их размещают в социальных сетях, на видеохостинге и т. д. Вот пример: текст, опубликованный на сайте Fishki.net и озаглавленный «Неприятная история с BlaBlaCar», написан от имени водителя, решившего впервые подзаработать в дороге, взяв попутчиков. Рассказ о поездке Москва — Сочи, во время которой у одного из пассажиров обнаружили запрещенные вещества, и всех остальных, включая водителя, целый день продержали в отделении внутренних дел. Заключает автор текст следующим выводом: «От такого сценария застраховаться мне кажется нереально. Поэтому экономия в 6 тыс. руб. на бензине в обмен на срок от 3-х лет (а то и 15 лет) как-то несравнимы. В общем подумайте 10 раз прежде чем пользоваться бла-бла-кар» (Неприятная история с BlaBlaCar 2016). Эта история была опубликована в социальной сети Facebook пользователем Дмитрием Малиным (Малин 2016), много раз воспроизводилась, в частности, в «Живом Журнале» (Соломатин 2016; Puerrtto 2016). Puerrtto сравнивает онлайн-сервис с перевозками автобусами крупной компании: «Я не фанат BlaBlaCar, хотя в свое время рекламировал данный сервис в своем блоге. Задумка отличная применительно к цивилизованным странам Западной Европы и США, но в условиях России и Украины слишком много рисков как для водителя, так и для пассажиров... Следуя на автобусе какого-нибудь Eurolines вы в случае аварии сможете взыскать с компании компенсацию, а кроме того, ваши жизнь и здоровье изначально застрахованы. А тут — чистой воды лотерея» (Puerrtto 2016).

Тексты, содержащие пугающие подробности путешествия с сервисом совместных поездок, публиковались и на других ресурсах в русскоязычном интернете. Пугают непунктуальностью водителей, внезапным срывом поездок, сменой места высадки, нелегальными таксистами, которые произвольно повышают цену и меняют конечный пункт поездки и т. д. (Bla bla car — кто ездил попутчиком? 2016). В «Живом Журнале» (Politichanka) опубликован пост от 4 августа 2016 г. об опасности поиска попутчиков в интернете. Причем автор пишет, что сама не пользовалась сервисом, но риски себе хорошо представляет (пересказывает историю о пропаже владельца автомобиля, ехавшего с попутчиками с BlaBlaCar). Опять делается вывод, что «намного безопаснее ехать в автобусе или маршрутке: там хоть едет много людей и перевозками занимается официальная автотранспортная компания с квалифицированными водителями» (Politichanka 2016).

Примеров довольно много, они часто перепечатываются в нескольких местах. В качестве альтернативы совместным поездкам обычно предлагаются автобусы или маршрутные такси, что позволяет интерпретировать эти тексты как проявление дискурсивного сопротивления (конкуренции) со стороны «традиционных» структур.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Приведенные материалы о локальных традициях в сфере междугородних перевозок позволяют высказать некоторые соображения об их соотношении с распространением в России международных онлайн-платформ сервисов совместных поездок. Организаторы этих сервисов дискурсивно привязывают их к традициям поиска попутчиков и поездок вскладчину. Пользователи-пассажиры сравнивают с поездками общественным транспортом (маршрутное такси, автобус) и автостопом (молодежь). В этом смысле локальные традиции в организации пассажирских перевозок вполне эффективно артикулируются в продвижении международных сервисов райдшеринга для конструирования понятной пользователям ниши. По оценкам, полученным в основном от молодых пользователей, райдшеринг занимает промежуточное положение между автостопом и поездками коммерческим транспортом по таким параметрам, как безопасность, надежность, доступность (по цене и времени) и коммуникативный комфорт. Низко оценивают надежность (вероятны отмены поездок), но, как мы видели на примерах взаимодействия с коммерческим транспортом, в реальности российской провинции поездки отменяют и его водители. В случае автостопа степень неопределенности еще выше. Такое промежуточное положение делает новый сервис привлекательным для пользователей, которые допускают и автостоп (по сравнению с ним шеринг и надежнее, и комфортнее, и безопаснее), но вызывает настороженность у привыкших пользоваться услугами коммерческого транспорта. По физическому комфорту и стилевой привлекательности большинство опрошенной молодежи высказалось в пользу райдшеринга.

Со стороны профессиональных коммерческих перевозчиков заметен как интерес к шерингу (в частности, регистрация на сервисах некоторых водителей в статусе индивидуальных предпринимателей), так и признаки сопротивления этой практике (распространение в Сети текстов антишеринговой направленности с указанием на преимущества поездок регулярным общественным/коммерческим транспортом). Этнографическое исследование организации совместных поездок на востоке Новгородской области показывает, что традиции, в том числе неформальные, базирующиеся на экономике сообществ, оказывают пока заметное влияние в сфере коммерческих перевозок, размывая грань между ними и шерингом в первоначальном значении слова (как поездками, базирующимися на обычае в порядке взаимопомощи или вскладчину). Некоторые диспетчерские

службы используют Сеть, как правило, странички на сайте «ВКонтакте», привязанные к локальным сообществам (то есть чувство сопринадлежности, поддерживающее доверие к перевозчику, конструируется здесь с опорой на локальную идентичность), а не международные платформы (здесь более выражена опора на стилевую, идеологическую или поколенческую общность). Их конкуренция в борьбе за одну и ту же нишу если и вероятна, то по достижении насыщения потребительского спроса (в ситуации отмены маршрутов и закрытия автостанций вряд ли актуального). До тех пор же они развиваются параллельно, как и их культурные интерпретации (новизна, мода, экостиль BlaBlaCar, с одной стороны, и практики «набора» местных перевозчиков, опирающиеся на традиции экономики сообществ, — с другой).

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

ПДА. Материалы наблюдений и интервью, собранные в 2011–2018 гг. Боровичский, Окуловский и Мошенский районы, Новгородская область; федеральная трасса М10 (Москва — Санкт-Петербург).

ПМ 2017. Щепанская Татьяна Борисовна. Групповое интервью, глубинное интервью со студентами СПбГУ, 18–20 лет.

ПМ 2017. Тертерова Анастасия Николаевна, студентка СПбГУ, 3 курс. Май 2017 г. Интервью с участницей экологического движения.

ПМ 2017–2018. Левитина Карина Сергеевна, студентка СПбГУ, 1 курс. Ноябрь 2017 — январь 2018. Глубинные интервью с молодыми людьми, имеющими опыт автостопа.

ПМ 2017–2018. Терехина Дарья, Красс Валерия. Студентки СПбГУ, 3 курс. Глубинные интервью со студентами вузов Санкт-Петербурга, Москвы, Твери и Львова, имеющими опыт пользования сервисом Blablacar.

Кириллова Э. Французский сервис BlaBlaCar купил российский проект «Подорожники» // RusBase. 28.01.2014. URL: <https://rb.ru/news/moreinis-exit/> (дата обращения: 05.02.2019).

Малин Д. О безопасности перевозок Бла-Бла-Кар // Facebook. 2016. URL: <https://www.facebook.com/dmitry.malin.14/posts/1158765834154166> (дата обращения: 05.02.2019).

Неприятная история с BlaBlaCar // Fishki.net. 02.09.2016 URL: <https://fishki.net/2061478-neprijatnaja-istorija-s-bla-bla-car.html> (дата обращения: 05.02.2019).

Паченков О. В., Яшина А. В., Щукин Д. А., Ненько А. Е., Веркеев А. М., Платонова Ю. Ю. Новые городские экономики // Экономическая культура мегаполиса. Альманах Центра исследований экономической культуры факультета свободных искусств и наук СПбГУ 2017. М.; СПб., 2017. С. 70–130.

Полухина Е., Стрельникова А. «...Что такое повсеместное дарение? Это максимальное доверие друг к другу»: особенности социального порядка в виртуальных сообществах дарообмена // INTER. 2014. № 7. С. 7–21.

Попутчики оплачивают бензин // Autokadabra: сообщение пользователя lazr от 11 сентября 2012 г. URL: <http://autokadabra.ru/shouts/52180> (дата обращения: 05.02.2019).

Соломатин. Неприятная история с Bla-Bla-Car // LiveJournal. 28.08.2016. URL: <http://solomatin.livejournal.com/573531.html> (дата обращения: 05.02.2019).

Щепанская Т. Б. Система: тексты и традиции субкультуры. М., 2004.

Щепанская Т. Б. Сельский шофер: повседневные коммуникации в сфере частного извоза (Новгородская обл., 2011–2013 гг.) // Радловский сборник. Научные исследования и музейные проекты МАЭ РАН в 2013 г. СПб., 2014. С. 332–343.

Belk R. Sharing Versus Pseudo-Sharing in Web 2.0 // *Anthropologist*. 2014. № 18 (1). P. 7–23.

Benkler Y. Sharing Nicely: On Shareable Goods and the Emergence of Sharing as a Modality of Economic Production // *The Yale Law Journal*. 2004. Vol. 114, № 2. P. 273–358.

Bla bla car — кто ездил попутчиком? Насколько безопасно, бюджетно, точно? // *Большой вопрос.ru*. 2016. URL: <http://www.bolshoyvopros.ru/questions/1435586-bla-bla-car-kto-ezdil-poputchikom-naskolko-bezopasno-bjudzhetno-tochno.html> (accessed: 05.02.2019).

Car Sharing. Пост от GoGreenParty (gorarty) в сообщество spb_auto от // *LiveJornal*. 15.07.2017. URL: <http://spb-auto.livejournal.com/35310493.html> (accessed: 05.02.2019).

Figaredo D. D., Beaulieu A., Estalella A., Cruz E. G., Schnettler B., Read R. Virtual Ethnography // *Forum Qualitative Sozialforschung*. 2007. September. Vol. 8, № 3. P. 1–3.

Jackson M. O., Rogers B., Zenou Y. The Economic Consequences of Social Network Structure // *Journal of Economic Literature*. 2017. March. Vol. 55, № 1. P. 49–95.

Kennedy J. Rhetorics of Sharing: Data, Imagination, and Desire // *Unlike Us Reader: Social Media Monopolies and Their Alternatives*. Institute of Network Cultures, Amsterdam, 2013. URL: https://www.academia.edu/4472185/Rhetorics_of_Sharing_Imagination_data_and_desire (accessed: 05.02.2019).

Politichanka. Опасность попутчиков из Интернета // *LiveJournal*. 04.08.2016. URL: <https://politichanka.livejournal.com/473338.html> (accessed: 05.02.2019).

Pueritto. Неприятная история с Bla-Bla-Car // *LiveJournal*. 28.08.2016. URL: <https://pueritto.livejournal.com/949708.html> (accessed: 05.02.2019).

ИНТЕРНЕТ-СЕРВИСЫ ПОИСКА ПОПУТЧИКОВ

Довезу. URL: <http://www.dovezu.ru/> (дата обращения: 05.02.2019).

Доедем вместе. URL: http://www.doedemvmeste.ru/Search_Driver.php (дата обращения: 05.02.2019).

На попутке. URL: <http://napoputke.com/ru> (дата обращения: 05.02.2019).

Попутчик. URL: <http://www.poputchik.ru/> (дата обращения: 05.02.2019).

BlaBlaCar. URL: <https://www.blablacar.ru/> (дата обращения: 05.02.2019).

Поехали вместе — сервис поиска попутчиков // *Попутчики.ру*. URL: <http://www.povm.ru/> (дата обращения: 05.02.2019).

Поехали вместе. 2014 // *ВКонтакте*. URL: https://vk.com/poehali_vmeste (дата обращения: 05.02.2019).

Попутка // *Яндекс*. URL: <https://yandex.ru/promo/poputka> (дата обращения: 05.02.2019).

Попутчик72 // *Car72.ru*. URL: <https://www.car72.ru/poputchik/> (дата обращения: 05.02.2019).

Попутчики Санкт-Петербурга // *ВКонтакте*. URL: https://vk.com/topic-87070302_32702342 (дата обращения: 05.02.2019).

Такси Межгород // *ВКонтакте*. URL: <https://vk.com/club121975704> (дата обращения: 05.02.2019).

RAIDSHARING IN RUSSIA: DIGITAL ENVIRONMENT, NEW ECONOMIES AND TRADITIONAL PRACTICES

ABSTRACT: The changes in mobility are considered in the context of localization in Russia of sharing economy as a global trend. Sharing is called sometimes “platform economy”, because interactions of actors are mediated by modern means of communication — software products and the electronic gadgets providing access to them. Do these new communicative technologies change former schemes of social interactions — or, on the contrary, are built in habitual practices? On the basis of field ethnographic records (2011–2018) we analyze discursive and behavioral models, generally in the sphere of automobile transportations of passengers (to a lesser extent freights), connected with redefinition of social situations and relationship within development of economy of joint consumption. Considering new economic tendencies (and their discursive schemes) in the context of globalization, we compare them with national and local traditions — which formed the same spheres of mobility in the previous time. In the focus of our attention, thus, there are customs of mutual aid which have created institutes of fellow travelers, a self-locking device, trips by sharing the cost (“for gasoline”). Interaction of new forms of raidsharing with other forms of the organization in the area of transportations (intercity share taxis, dispatching services, etc.) became an object of research. In our fieldwork we can observe both competition situations, and embedding of traditional forms into structure of sharing economy.

KEYWORDS: raid-sharing, carpooling, fellow travelers, digital economy, community-based economy, joint consumption, sharing, mobility, automobile transportations, globalization, global services, local traditions

TATIANA B. SHCHEPANSKAIA — Candidate of Historical Sciences, Peter the Great Museum of Anthropology and Ethnography (Kunstkamera) of the Russian Academy of Sciences (Russia, St. Petersburg)
E-mail: tshch@kunstkamera.ru, poehaly@yandex.ru