

**Перформативная
идентичность
велодвижения: практики
репрезентации
в публичном дискурсе**

Шаронова Арина, СПСиСК, НИУ ВШЭ
НУГ «Социология публичной сферы»



«Велосипед — это не просто транспорт, это образ мыслей. Я — человек. Это придумал Даниил Хармс, не я. Езжу на велосипеде, потому что иначе не могу, честное слово».

Что есть «общественное движение»

- П. Штомпка
- Под социальными движениями мы подразумеваем свободно организованные коллективы, действующие совместно в неинституционализированной форме для того, чтобы произвести изменения в обществе.



Велодвижение в России

«Когда мы пять лет назад создали Велотранспортный союз Москвы, слово «велотранспорт» еще не было известно и над нами все смеялись...И вот за пять лет произошло очень существенное изменение».

И. Налимов, президент ВТС

В России сейчас существует больше 200 подобных организаций:

- Федерация Велосипедного Спорта России - <http://fvsr.ru/>
- Русский Клуб Велопутешествий г. Москва - <http://www.veloclub.rctc.ru/index.html>
- "ВелоПитер" - Петербургский велосипедный сайт - <http://www.velopiter.spb.ru/>
- Let's bike it! — проект по развитию велодвижения в России - <http://letsbikeit.ru/>
- Московский клуб энтузиастов биотранспорта - <http://etracab.ru/keb.html>
- ВелоСамара - <http://velosamara.ru/>
- ВелоТверь (Клуб Тверских велосипедистов) - <http://velotver.ru/>
- Псковский велосипедный форум - <http://forum.pskovonline.ru/>
- ВелоПенза - <http://velopenza.ru/>
- ВелоТомск - <http://velo.tomsk.ru/>
- Живые улицы. <http://www.livestreets.ru/>
- ВелоДВИЖЕНИЕ и ЭКОЛОГИЯ в России и Москве - <http://veloman2006.narod.ru/>
- etc

Велодвижение: агенты и контрагенты

Велосообщества (союзы / клубы / организации)

- **Цели ВТС:**
- Содействовать защите интересов участников дорожного велодвижения и права велосипедистов на дорожное пространство;
- Содействовать развитию всех направлений велодвижения, как экологического транспорта, средства активного отдыха и оздоровления населения.
- **Миссия Let's bike it!**
- привлечь внимание людей в России к проблемам экологии, продемонстрировав супервозможности и удобство велотранспорта.

Властные структуры

- Мэрия, администрация
- Комитет по туризму Москвы
- Департамент транспорта и дорожного строительства

- **Городские общественные движения и проекты (WowMoscow, Гренадин, «ЗнаемКак»)**
- **Бизнес – структуры (спортивные магазины)**
- **Спортивные ассоциации (туризм)**
- **Активисты – Одиночки (Максим Катц, Make)**
- **ГАИ**
- **Прочие участники дорожного движения (Автомобилисты)**

- Основной исследовательский вопрос какими способами велосипедные сообщества репрезентируют себя в публичном дискурсе в контексте города?
- Метод исследования: качественные интервью

Типичные «перфомансы»

- создание организаций с определенными целями,
- лоббирование своих интересов через чиновников,
- общественные собрания,
- демонстрации,
- марши,
- петиции,
- сообщения в СМИ,
- ношение знаков отличия
- и тщательно продуманные слоганы.



Велодвижение существует в контексте городского пространства, репрезентируя себя в публичном дискурсе.

перформативная
сущность:

в конституировании себя не только через действия, но и творческими приемами – переопределяя себя и среду



Ч. Тилли

«репертуар» («дисплей») действий ОД



общественные встречи,
протестные акции,
флешмобы,
митинги, и др.



благодаря активистам происходит
мобилизация ресурсов

Стратегии репрезентации в публичном дискурсе:

1. Включение велодвижения в контекст «социально значимых» движений (инвалиды/ незащищенные слои - в *дискурс доступности городского пространства населения — женщины с колясками*)

«Здесь надо сделать пешеходный переход для инвалидов-велосипедистов». [смеется] Конечно, это как-то странно звучит! И для тех, и для других, конечно!»

«...очень нужны пандусы в переходах – но это опять же, даже для инвалидов надо делать, чего уж говорить о велосипедистах. Я вообще никогда не думала, что бордюры могут быть такой проблемой. Но сейчас я понимаю, что это большая проблема»

Стратегии репрезентации в публичном дискурсе:

2. Встраивание в mainstream экологического движения / ЗОЖ

«...мне интересен велосипед. И с экологической точки зрения, и с точки зрения спорта, и вообще, здоровья. Даже тот факт, что в Амстердаме очень мало людей с какими-то сердечно - сосудистыми заболеваниями, потому что они все катаются на велосипедах».

«У нас была акция «за здоровую молодежь» :договорились с организациями, они приехали с камерами, наглядно покатались перед ними. Я считаю это правильно. Это была наша инициатива, чтобы популяризировать свой клуб, МВК, во-первых. Во-вторых, рассказать, что мы за здоровый образ жизни»

Стратегии репрезентации в публичном дискурсе:

2. Легитимация велотранспорта через утвердившиеся в публичном дискурсе темы экологии и здоровья посредством актуализации лейтмотивов моды, «крутизны», мобильности и оригинальности

«На велосипеде у меня все получается очень мобильно, быстро и спонтанно. Так я чувствую себя честнее по отношению к городу, миру и к себе, поскольку я стараюсь думать об экологии и не-загрязнении окружающей среды».

«Это модно, экстремально и просто полезно для здоровья. На байке можно проехать всегда и везде, а не стоять в пробке как дурак».



Стратегии репрезентации в публичном дискурсе:

3. Утверждение идентичности

- Велодевичник (Краснодар, Самара)
- Велоночи (Velonotte) – Мск, Спб
- Свадьба на велосипедах (Казань, Мск)
- Радио-волна для велосипедистов (Самара)
- Медиа-презентация (интервью, фильмы)



Стратегии репрезентации в публичном дискурсе:

4. Поддержка инициатив: попытка кооптации идеи со стороны властей



Перформативность: оформление дискуссии в публичное пространство

10 февраля 2012 г в ИТАР–ТАСС прошел круглый стол на тему проблем и развития передвижения на велосипедах по Москве.

- **И. Налимов**, Президент ВТС
- **А. Сапов**, Руководитель общественного движения «Столица — международный культурный центр»
- **А. Польский (Make)**, Художник, велоактивист, создатель велокарты Москвы
- **М. Купреенко**, Владелец велопрокатов в парке Горького и «Сокольниках»
- **И. Руденко**, Заместитель председателя Комитета по туризму Москвы
- **И. Маркин**, Генеральный директор ЦНИИП велотранспорта

Стратегии репрезентации в публичном дискурсе:

4. Поддержка инициатив: кто кого поддерживает?

Grassroots vs. инициативы «сверху»



«Строительство велодорожек – это одна из самых важных программ, которая решает вопрос развития транспорта в Москве», (Собянин, 30.08.11)

«Сама дорожка нелепая, потому что она появилась, но нет никаких указателей, что она есть: «здравствуйте, это – велодорожка, по ней ездят велосипедисты». [смеется] т.е. это знаешь, как в свое время, Русь была крещена, но не просвещена».

И мы хотели своей акцией продемонстрировать... ну, т.к. он ее уже нарисовал, эту дорожку, мы хотели как бы в поддержку власти – мол, мы вас поддерживаем, - давайте, рисуйте дальше, грубо говоря.

Стратегии репрезентации в публичном дискурсе:

5. Сотрудничество с городскими движениям

Ч. Тилли: общественное движение – это перформанс, постоянная работа по позиционированию себя в глазах других участников общественной жизни (власти, контрагентов, противников)

«у нас был один из шагов – сотрудничать с кем-то. Но чтобы сотрудничать с кем-то мы должны понимать, на что мы способны, т.е. что мы, грубо говоря, можем им предложить.

*«мы поняли, что спонсоров мы найдем тогда, когда мы будем **действительно** каким-то **движением**. «Движение за вело» - это вот такие-то ребята: вот логотип, сделали то-то, о них написала пресса.*

Т.е. не просто люди непонятно откуда. И мы решили, что нам надо сделать какую-то акцию, о которой узнают все».

« ...они нас решили поддержать, говорят: давайте, у нас куча прессы, куча всего, и мы будем с вами сотрудничать. И они говорят: давайте мы вас дадим свою сувенирку - и вы поедете. Т.е. этот проект будет сделан совместно с WowMoscow. Потому что у них есть выход на власть»

Выводы:

- Общественные движения представляют собой «перформансы»: они транслируют коллективные требования к власти (освоения части пространства, признания идентичности) от имени своих участников.
- Репертуар действий («дисплэй») пополняется новыми практиками репрезентации с учетом развития города и технологий (радиотрансляция акций, создание собственного канала радио-вещания, создание фильмов, «осовременивание» традиционных забав – девичник / свадьба)
- Будучи включенными в контекст города, участники сообществ используют этот ресурс для актуализации велосипедной идентичности, представления себя агентам и контрагентам движения (сотрудничество и встраивание в контекст – экология / инвалиды / ЗОЖ).
- Важным аспектом саморепрезентации велосообществ является **перформативность**: оформление дискуссии в публичное пространство (круглые столы, телепередачи)