



МОНИТОРИНГ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

Экономические и социальные перемены

№ 1 (143)
январь — февраль 2018

ПРЕДСТАВЛЯЕМ
ИССЛЕДОВАНИЕ

СОЦИОЛОГИЯ
ИНТЕРНЕТА



АНАЛИЗ
И ИНТЕРПРЕТАЦИЯ



МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ

ISSN 2219-5467



9 772219 546006 >

Главный редактор журнала:

Федоров Валерий Валерьевич —
генеральный директор ВЦИОМ, кандидат политических наук,
профессор НИУ ВШЭ

Заместитель главного редактора:

Седова Наталья Николаевна —
помощник гендиректора по науке ВЦИОМ

Ответственный редактор:

Кулешова Анна Викторовна —
кандидат социологических наук, член российской
Ассоциации научных редакторов и издателей (АНРИ) (Россия)

M77 Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. — М.: АО «ВЦИОМ», 2018. — № 1 (143). — 356 с.

ISSN 2219-5467

Объективная, точная, регулярная и свежая информация «Мониторинга» полезна всем, кто принимает управленческие решения, занимается прогнозированием и анализом развития общества. Наш журнал пригодится сотрудникам научных и аналитических центров, работникам органов управления, ученым, преподавателям, молодым исследователям, студентам и аспирантам, журналистам.

Тематика материалов охватывает широкий круг социальных, экономических, политических вопросов, основные рубрики посвящены теории, методам и методологии социологических исследований, вопросам взаимодействия государства и общества, социальной диагностике. Каждый номер журнала содержит двухмесячный дайджест основных результатов еженедельных общероссийских опросов ВЦИОМ.

Мы публикуем статьи специалистов, представляющих ведущие научные социологические центры, институты, организации, а также ВУЗы России и зарубежных стран. Широкая тематика журнала представляет возможность выступить на его страницах представителям смежных специальностей (политологам, историкам, экономистам и т.д.), опирающимся в своих исследованиях на эмпирические социологические данные.

Журнал издается с 1992 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ИНТЕРНЕТ КАК ПРОБЛЕМНОЕ ПОЛЕ СОЦИАЛЬНЫХ НАУК

<i>П. В. Колозариди, М. О. Макушева</i> Интернет как проблемное поле социальных наук	1
---	---

АНАЛИЗ И ИНТЕРПРЕТАЦИЯ

<i>А. С. Архипова*, Д. А. Радченко, А. С. Титков, И. В. Козлова, Е. Ф. Югай, С. В. Белянин, М. В. Гаврилова</i> «Пересборка митинга»: Интернет в протесте и протест в интернете	12
--	----

<i>К. П. Глазков</i> Механизмы соблюдения приличий в геолокационных играх	36
--	----

<i>Н. И. Руденко, А. А. Широков</i> Анатомия хайпа вокруг No Man's Sky: интернет-платформы и барьеры демонстрации видеоигр	60
--	----

<i>А. Ю. Козловская</i> Детские «вызывания» на «YouTube»: конструирование правдоподобности сверхъестественных практик в онлайн-коммуникации	81
---	----

ОБЗОР НАУЧНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

<i>О. А. Дмитриева</i> Скайп-интервью в качественных исследованиях. Обзор.....	107
---	-----

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

<i>Н. Ю. Замятина, А. Д. Яшунский</i> Виртуальная география виртуального населения	117
---	-----

<i>Е. К. Соколова</i> Разделенная близость: новые форматы аутентичного движения в рунете	138
---	-----

<i>А. С. Бородулина</i> «Поворот к мессенджерам»: кейс Сахалинской области	156
---	-----

МОНИТОРИНГ МНЕНИЙ

Мониторинг мнений: январь — февраль 2018	173
--	-----

ПРЕДСТАВЛЯЕМ ИССЛЕДОВАНИЕ

<i>С. Г. Давыдов, О. С. Логунова</i> Сообщества московских районов в социальных медиа: контент и его модерация	204
--	-----

* 26.05.2023 внесена в реестр иностранных агентов.

НЕФОРМАТ

А. В. Герасимова

Об одной специфической практике: отзывы на книги в интернете 222

СОЦИОЛОГИЯ ИНТЕРНЕТА

О. Е. Дорофеева

Анон плз: анонимность и нормативность в публикациях

о сексуальном насилии 235

О. Е. Вербилович

«Запрещенный прием»: инвалидность и публичный скандал в традиционных и интернет-медиа 253

С. С. Бодрунова, А. С. Смолярова, И. С. Блеканов, Н. Н. Журавлева, Ю. С. Данилова

A global public sphere of compassion? #JeSuisCharlie and #JeNeSuisPasCharlie on Twitter and their language boundaries 267

В. А. Сибирев, Н. А. Головин, А. А. Клебанов

Сетевые сообщества в борьбе вокруг решения передать Исаакиевский собор Русской православной церкви (январь—июнь 2017 года) 296

О. А. Дмитриева

«Русские придумали пить по скайпу». Зачем? Употребление алкоголя в компьютерно-опосредованной коммуникации 318

ВПЕРВЫЕ ПО-РУССКИ

М. Мадриану, Д. Миллер

Полимедиа: новый подход к пониманию цифровых средств коммуникации в межличностном общении 334

ИНТЕРНЕТ КАК ПРОБЛЕМНОЕ ПОЛЕ СОЦИАЛЬНЫХ НАУК

DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.01

Правильная ссылка на статью:

Колозариди П. В., Макушева М. О. Интернет как проблемное поле социальных наук // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 1. С. 1—11. DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.01.

For citation:

Kolozaridi P.V., Makusheva M.O. The Internet as a problematic field of study in social sciences. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. 2018. № 1. P. 1—11. DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.01.



П. В. Колозариди, М. О. Макушева
ИНТЕРНЕТ КАК ПРОБЛЕМНОЕ ПОЛЕ СОЦИАЛЬНЫХ НАУК
Вступительная статья приглашенных редакторов

ИНТЕРНЕТ КАК ПРОБЛЕМНОЕ ПОЛЕ
СОЦИАЛЬНЫХ НАУК (ВСТУПИТЕЛЬ-
НАЯ СТАТЬЯ ПРИГЛАШЕННЫХ
РЕДАКТОРОВ)

THE INTERNET AS A PROBLEMATIC
FIELD OF STUDY IN SOCIAL SCIENCES

КОЛОЗАРИДИ Полина Владимировна — кандидат социологических наук, научный сотрудник Института образования Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»; координатор Клуба любителей интернета и общества, Москва, Россия. E-MAIL: poli.kolozaridi@gmail.com ORCID: 0000-0001-5213-0235

Polina V. KOLOZARIDI^{1,2} — Cand. Sci. (Sociol.), Research Fellow; Coordinator E-MAIL: poli.kolozaridi@gmail.com ORCID: 0000-0001-5213-0235

¹ Institute of Education, National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia

² Club for Internet and Society Enthusiasts, Moscow, Russia

*МАКУШЕВА Мария Олеговна — кандидат социологических наук, аналитик, ВЦИОМ, Москва, Россия.
E-MAIL: makusheva_m@wciom.com
ORCID: 0000-0002-1696-3149*

*Maria O. MAKUSHEVA³ — Cand. Sci. (Sociol.), Analyst
E-MAIL: makusheva_m@wciom.com
ORCID: 0000-0002-1696-3149*

³ Russian Public Opinion Research Center (VCIOM), Moscow, Russia

Аннотация. По состоянию на 2018 год интернет в качестве исследовательского объекта напоминает подростка, который уже обрёл самостоятельность и понимает, что взаимодействует с другими, но хочет решительно изменить всю систему, чтобы найти в ней место. По крайней мере, именно такое впечатление об интернете — как о неуклюжем, толком непонятом, но амбициозном объекте, возникает, когда читаешь материалы, посвящённые столкновению классических подходов социальных наук и исследований, связанных с интернетом. В этом номере журнала Мониторинг общественного мнения мы предлагаем посмотреть на разные сценарии взаимодействия интернет-исследований и классических подходов социальных наук. Наш фокус — не на методологии (это отдельная и важная тема), а на интернете как объекте и проблеме. Мы обратимся к интернет-исследованиям, которые как международно признанная междисциплинарная область, аккумулируют знание, связанное с интернетом как социальным явлением. В роли социальных наук в данном случае — социология и антропология. Вместе с ними интернетом занимаются другие междисциплинарные направления — медиа-исследования, исследования науки и технологий (STS), социальная география и так далее.

Abstract. In the year of 2018, the Internet is no more a wholesome phenomenon, but when recognised as a subject of studies, becomes similar to a teenager having already gained a certain independence. It understands its communication with other people but still wants to change the whole interaction system in order to find its own place. At least, this is exactly the impression we receive: the impression of an ambitious object of study, of a misunderstood one. In this issue we offer you an occasion to think about different scenarios of the relationship between studies on the Internet and classic social sciences approaches. We do not focus on methodological issues, but on the Internet in its being an object of studies and a scientific problem. We focus on studies on the Internet that accumulate knowledge about the Internet as a social phenomenon, being also an international and interdisciplinary area of research. Social sciences are represented in this case by sociology and anthropology, as well as other ones such as mediastudies, studies on sciences and technologies (STS), social geography etc.

Ключевые слова: Интернет, междисциплинарные исследования, медиаисследования, big data

Keywords: Internet, interdisciplinary research, media-research, big data

На 2018 год интернет в качестве исследовательского объекта напоминает подростка, который уже обрел самостоятельность и понимает, что взаимодействует с другими, но хочет решительно изменить всю систему, чтобы найти в ней место.

По крайней мере, именно такое впечатление об интернете — как о неуклюжем, толком непонятом, но амбициозном объекте, — возникает, когда читаешь материалы, посвященные столкновению классических подходов социальных наук и исследований, связанных с интернетом. Но в этом номере журнала «Мониторинг общественного мнения» мы предлагаем посмотреть на разные сценарии взаимодействия интернет-исследований и классических подходов социальных наук. Наш фокус — не на методологии (это отдельная и важная тема), а на интернете как объекте и проблеме. Мы обратимся к интернет-исследованиям, которые, будучи международно признанной междисциплинарной областью, аккумулируют знание, связанное с интернетом как социальным явлением. В роли социальных наук в данном случае выступают социология и антропология. Вместе с ними интернетом занимаются другие междисциплинарные направления — медиаисследования, исследования науки и технологий (STS), социальная география и так далее.

Основное теоретическое и методологическое напряжение связано с тем, что появление интернета показало: некоторые понятия и явления, которые мы могли бы считать очевидными и изученными, требуют уточнений (например, анонимность, присутствие, локальность в противоположность глобальности, даже реальность). Что происходит с практиками, для которых присутствие, непосредственность контакта, близость и доверие сущностно необходимы при переносе в интернет? Они сохраняются, трансформируясь, или становятся чем-то принципиально другим, нежели их «аналоговые» первоисточники? Что происходит в интернете с практиками, которые изначально были направлены только на участников, когда появляется зритель? Каково значение понятия «анонимность» в интернете? Чтобы ответить на эти вопросы, необходимо вернуться к практикам-первоисточникам и попытаться вычленивать то, что составляет их основу. Примеры таких трансформаций представлены в этом номере, например, в статье Елены Соколовой о новых форматах практики аутентичного движения или статье Ангелины Козловской о детских вызываниях на Youtube.

В связи с развитием форматов под вопрос можно поставить само понятие «интернет». С одной стороны, ему можно дать техническое определение — система компьютерных сетей для передачи и хранения информации; с другой — число пользователей превышает 3 млрд человек, и именно то, что они делают посредством систем передачи данных, называется интернетом. Сосуществуют разные по содержанию и формату, механизмам развития и функциям площадки, сервисы, практики и феномены, объединенные общим понятием «интернет».

Вот некоторые примеры того, что обозначается словом «интернет», описанные в этом номере:

- дети вызывают фей и гномов на youtube;
- активисты мобилизуют сторонников в социальных сетях, чтобы выйти на улицы (а иногда — чтобы провести протест в интернете);
- люди играют в Pokemon go и пытаются учесть присутствие с людьми в одном физическом пространстве и в виртуальном пространстве.

Насколько справедливо говорить об интернете как о некотором едином явлении, если мы имеем в виду именно действия пользователей?

Это становится важным вызовом для социальных наук в целом. Одни теории переживут его и обогатятся, другие, наоборот, окажутся нерабочими. Сейчас, в 2018 году, мы не можем точно сказать, что произойдет дальше. Но можем зафиксировать момент и привести разные аргументы: теоретические, методологические и эмпирические, представляющие разные варианты развития социальных наук вместе с интернетом. Для того, чтобы в этом разобраться, нам необходимо провести обзор ключевых вопросов и проблем, которые ставятся в международном поле интернет-исследований, и решений, вопросов и кейсов, собранных в этом номере. Мы обратимся к тому, что такое интернет-исследования, как они устроены, и почему представляют вызовы для социальных наук.

Интернет-исследования как они есть

Интернет-исследования (Internet Studies) существуют как исследовательское направление с 1990-х гг. Это самостоятельное и институционализированное явление (свои конференции и организации) существует в сотрудничестве с другими социальными науками и междисциплинарными проектами, например, медиаисследованиями или исследованиями коммуникации. Внутри интернет-исследований сегодня есть несколько направлений, связанных с разработкой и рефлексией методов, теорий и критическим анализом. Объект интернет-исследований — интернет как явление, влияющее на другие объекты социального мира: институции, акторов, дисциплины, методы; интернет-исследования обращаются к цифровой среде и тому, что люди делают, как используют социальные медиа и онлайн-сервисы. Интернет-исследователи стараются понять, что, собственно, происходит в связи с интернетом в социальной жизни, и этим отличаются от остальных исследователей как представителей отдельных дисциплин (социологов, психологов, антропологов), так и тех, кто разрабатывает методы (например, аналитиков данных). При этом в интернет-исследованиях нет канонических книг или авторов, само это направление сравнительно молодо и постоянно меняется.

Готовя номер, мы задавались вопросом: насколько справедливо одни работы рубрицировать как «социологию интернета», другие — как «междисциплинарные исследования». Сохраняются ли прежние дисциплинарные рамки (при всей их условности) при изучении интернета?

Аннет Маркхэм анализирует эту непростую междисциплинарную жизнь в статье 2005 г. и пишет, что в интернет-исследованиях, как и во всех новых исследовательских полях, происходит «дискурсивное закрытие (closure)» [Markham, 2005] — всем явлениям даются определения, возникают устойчивые формы обсуждения для каждого из них. Наконец, происходит нейтрализация и натурализация, появляются «свои» и «чужие» темы [Markham, 2005]. По мнению Маркхэм,

период становления и гибкости стоит сохранять как можно дольше, так как он продуктивен и для самой дисциплины, и для развития наук в демократическом ключе. Это дает возможность доселе неоформленным подходам и языкам описания стать частью общего процесса производства знания.

Вместе с оформлением и институционализацией интернет-исследования переживают тематические трансформации. Барри Веллман описал их как «три эпохи интернет-исследований», связанных с утопией социальных трансформаций (начало 1990-х гг.), подсчетом пользовательской активности и статистикой в интернете (конец 1990-х гг.) и обращением к фигуре пользователя (начало 2000-х). В статье 2004 г. эти три эпохи представляются почти очевидными, но неясно, можно ли представить развитие тех же нарративов и дальше [Wellman, 2004]. Переходим ли мы к следующей эпохе, и как это связано с другими видами знания?

Парадоксальным образом связь с другими видами знания осуществляется не через эпистемологию, а через политику и эмпирику. Для социальных наук, впрочем, это не ново: так происходило становление исследований, например, феминизма [Silius, 2010].

Для того чтобы в этом разобраться, нужно обратиться к тому, как интернет-исследования описывают свой политический смысл. Во многом он связан с утопиями, сформировавшимися и развивавшимися на протяжении всего XX в. [Колозариди, 2015]. К началу XXI в. особыми свойствами трансформировать привычный социальный мир оказывается наделен не только сам интернет (будучи, по выражению Уильяма Даттона, «пятой властью»), но и его изучение [Dutton, 2009].

Научное поле здесь связано с социальным очень плотно и вполне очевидно: исследователи чаще находятся в университетах. Их организационное знание противостоит знанию, происходящему от экспертов корпораций, и в немалой степени политически заряжено, что связано и с этосом науки, и с утопиями вокруг интернета (свобода распространения информации и знания и т. д.). Однако университеты встроены в капиталистическую систему, и тем же исследователям приходится взаимодействовать и с корпорациями, и с политическими организациями, и в итоге вызовом для исследователей становится не только междисциплинарное, но и интердисциплинарное знание, а также знание, которое производится во взаимодействии университетов и внешних по отношению к ним организаций [Обыденное и научное знание..., 2016].

Интернет-исследования и социология: тематические вызовы

Рассмотрим основные конфликты, возникающие в отношении терминов и исследовательских предметов, и представим, как они могут развиваться в дальнейшем. Первый и самый обсуждаемый — вопрос о различии или сходстве социальных явлений в онлайн и офлайн-среде. Максимальное общее слово «явление» скрывает в себе несколько вопросов.

Вопрос о пространстве: имеет ли происходящее в интернете статус происходящего в другом пространстве, обладающего специфическими характеристиками? Он возникает на разных уровнях у теоретиков еще до интернета, например, можно прочесть широкую дискуссию о роли медиа, начавшуюся с Дж. Мейровица [Meyrowitz, 2005]. Теоретически это связано, например, с разработкой теории

фреймов (см. работы Э. Марвик и Д. Бойд, их разработки коллапса контекстов и приватно-публичного пространства [Marwick, Boyd, 2014]). На практике этот вопрос приводит к трудностям дефиниции. Даже само использование слова «интернет» в обыденной речи часто строится на онтологической метафоре «пространства»: есть вещи, происходящие «в интернете», есть вещи, происходящие «в реальности», интернет — принципиально другое пространство, нежели пространство наших физических действий. Аннет Маркхэм предлагает несколько основных метафор: интернет как пространство, инструмент и часть образа жизни [Markham, 2003]. В исследованиях ван дер Бумен показано, в какой степени разнообразие метафор может повлиять на то, как потом воспринимается и чем становится технология, в частности, интернет [van den Boomen, 2014]. Наконец, Робин Манселл показывает, как воображаемое об интернете влияет на стейкхолдеров и их выбор разных политик и подходов к управлению и принятию решений [Mansell, 2012].

Вопрос о действии: является ли социальное действие в интернете аналогичным социальному действию офлайн? Самые известные работы по этой теме посвящены организации и общим действиям онлайн-сообществ и активистов. У. Беннет и А. Сегерберг выработали специальное понятие «коннективное действие» по аналогии с коллективным, но обладающим рядом особенностей, отсылающих к силе слабых связей и сложно устроенному пространству взаимодействия, коммуникации и информации [Bennet, Segerberg, 2012]. Есть и более радикальные подходы, например, в книге «Networked: the new social operating system», посвященной изменению социальности (от групп к индивидам), происходящей в интернет-среде, Б. Веллман и Л. Рэйни предлагают считать, что действие, коммуникация и информация являются одним и тем же, если мы говорим об онлайн-взаимодействии [Rainie, Wellman, 2012].

Все эти вопросы не могут остаться исключительно теоретическими, они начинаются и заканчиваются в социальной жизни. Без них невозможно делать суждения о статусе событий в повседневной жизни. В каком, например, пространстве, консолидируются сторонники передачи Исаакиевского собора Русской Православной церкви и противники такого решения? Как возможно совместное употребление алкоголя за дружеской беседой по скайпу? Или игра в Pokemon go? На основе каких характеристик можно сделать вывод о достоверности практики, которая изначально предполагала присутствие происходящего (об этом статья Ангелины Козловской; ответы на часть из этих вопросов можно увидеть в тексте Елены Соколовой) или политического явления (эти темы в центре коллективных работ Александры Архиповой* и др., Николая Головина и др.).

Наконец, без принятия решения о статусе реальности невозможно понять природу данных из интернета, обосновать новые методы их сбора и сравнить с данными, получаемыми традиционными для социальных наук методами. Какими особенностями обладают первые, как они согласуются с другими методами сбора информации? Как мы видим в статье социального географа Надежды Замятиной и математика Алексея Яшунского, этот вопрос важен не только для социальных наук, он касается и других дисциплин. Авторы анализируют «виртуальное население» России — данные по городам, извлеченные из анкет пользователей социальной сети «ВКонтакте», эта статья представляет разнообразные инструменты, которые,

Здесь и далее: * 26.05.2023 внесена в реестр иностранных агентов.

видимо, могут при должной рефлексии стать частью репертуара социальных наук. Но это требует дополнительной концептуальной работы, во многом критической по отношению к понятиям «виртуальный», «реальный», «локальный» и так далее.

Важно зафиксировать такую трансформацию уже сегодня, потому что она предвещает те дискуссии, которые еще предстоят в следующие годы — о статусе взаимодействия в технически более продвинутом мире. Когда будут разрабатывать правила, например, бракосочетания на расстоянии, важно будет понимать, как мы ставим вопрос о статусе присутствия. Уже сейчас использование цифровых данных заставляет эмпирических исследователей принимать решения каждый день. Что они считают действием в интернете? Как действие в интернете связано с поведением офлайн? Какова природа данных, получаемых при наблюдении за поведением пользователей в интернете, и сопоставимы ли данные, собранные онлайн и офлайн?

Публичность и присутствие

Этот номер был собран через интернет: статьи присылали по электронной почте, переписка шла в чатах, файлы редактировались в облачном сервисе. Обсуждая статьи, мы переходили от дискуссии в чате с редакторами в режим личной переписки. Несколько раз мы созванивались и два раза увиделись офлайн (оба раза случайно). Одни темы уместно обсуждать в общем чате, для других нужно переключаться в личную переписку. Разделенность форматов, необходимость учитывать асинхронность присутствия других нередко воспринимаются как естественные в face-to-face коммуникации, но как проблемные — в опосредованной коммуникации.

Тема присутствия стала одной из ключевых для статьи Константина Глазкова о мобильном телефоне как источнике портативной вовлеченности. Разрабатывая гофманианский подход, Глазков конструирует и новые теоретические вопросы, проблематизирующие статус социального действия в контексте взаимодействия с публикой, необходимости вырабатывать новые нормы и консенсус вокруг них в связи с распространением практики расщепленного (онлайн и офлайн) присутствия.

Еще более остро этот вопрос стоит в работе Ангелины Козловской, хотя ее кейс — совершенно противоположный. Объектом исследования стала онлайн-репрезентация вызывания сверхъестественных существ. Дело в том, что традиционно вызывание гномика-матершинника или Пиковой дамы было коллективным действием, в котором всем участникам было необходимо удостовериться в том, что ритуал привел к желаемому результату, и существо появилось. Но как можно верифицировать это через видеоблог? Кто будет теми peers, которые зафиксируют факт и сообщат о его подлинности? Козловская анализирует комментарии детей-видеоблогеров и выявляет критерии правдоподобности, которые они используют. Важен и вопрос о статусе действия и сохранении/трансформации прежней практики с появлением наблюдателя, для которого ведется съемка и публикуется ролик на интернет-платформе. То есть игра как самоцель превращается в демонстрацию.

И снова вопрос о социальном действии оказывается неотделим от вопроса о публичности. В работах, касающихся темы протеста (коллективные работы А. Архиповой* и др., Н. Головина и др.), этот вопрос возникает в первую очередь. Публичность оказывается в этом контексте не просто вопросом социальным,

а политическим. Является ли публикация в интернете протестом — решают суд и полиция, действует ли онлайн-протест на принятие других решений — решается в каждой ситуации, где онлайн и офлайн перемешаны. Работа А. Архиповой* и её коллег начинается с определения митинга-1 и митинга-2, которые не просто представляют трансляцию протестов в интернет и роль интернета как медиа. Они создают митинг в интернете как отдельную и действенную форму протеста: ее обсуждают, ее могут считать правонарушением (белорусский суд постановил, что пикет, который был проведен в интернете (участники выложили фотографию с флагом и лозунгом, добавленным к фотографии в Фотошопе) является таким же «настоящим», как и оффлайн-пикет). Что отчасти согласуется с теоремой Томаса: явления, воспринимаемые как реальные, реальны по своим последствиям.

Напротив, интернет-взаимодействие часто позволяет создавать все больше различий, в частности, показывая, как понятия, которые мы воспринимали бы как бинарные оппозиции, на деле являются частью диапазона или континуума значений. Так происходит с понятием анонимности, которое Оксана Дорофеева изучила на кейсах репрезентации сексуального насилия в флешмобе #янебоюсь-сказать и паблике «Подслушано». Интересно и то, что производит эти новые различия, — массовое действие и внимание, в том числе меняющее нормативность, например, в ходе флешмобов. Это трансформация нашего понимания того, что такое толпа ([Моисеев, 2016] и как она устанавливает правила.

Приходится пересматривать не только статус социального действия, но и сам подход: применять смешанные методы, комбинировать теории и постоянно рефлексировать, что именно имеется в виду в каждом конкретном случае.

Интернет-исследования и универсальность

Интернет возник как явление универсальное и глобальное (см., например, описание этого процесса [Berners-Lee, Fischetti M., 2000]), не связанное с конкретной страной, хотя и несущее историческое наследие американской истории своего возникновения [Abbate, 1999; Haigh, Russell, Dutton, 2015]. Сегодня мы все чаще говорим о локальности в связи с интернетом. Интернет-среда оказывается средой для локальных возможностей — вот основная идея размышления об интернете после глобальности, ей посвящены и крупные исследования. Например, «Why we post», исследование антропологов, которые в течение 15 месяцев жили в восьми странах мира и исследовали, как разные социальные группы взаимодействуют с социальными медиа. Одним из открытий этого исследования стало понятие полимедиа, объясняющее, как настроить оптику исследования так, чтобы она схватывала не единственную функцию медиа (придуманную в кабинете разработчиков), а всю и многообразие функций и способов использования.

Один из вопросов, история которого куда длинней, чем история интернета, — культурная глобализация, универсализация. Глобальные коммуникации вроде бы создают глобальное мнение и универсальные практики. Но действительно ли речь идет о глобальности? Гипотезы о публичной сфере и формировании глобального сообщества с единым вектором интереса и оценки стоит проверять эмпирически. Эта проблема ставится в работе Светланы Бодруновой и её соавторов. Отдельные информационные волны вовлекают людей из разных стран, и пользователи участ-

вуют в спонтанных дискуссиях. Но существуют языковые границы, не позволяющие развиваться глобальной, кросс-культурной публичной сфере. На примере двух основных на хэштегах дискуссий с взаимоисключающими ценностными позициями — #JeSuisCharlie and #JeNeSuisPasCharlie, — исследователи изучают, как возникают барьеры, основанные на языковых и иных, обусловленных идеологией, различиях.

Одна из интересных тем в рамках интернет-исследований — «принудительная сила» интернета. Если тебя нет в интернете — тебя нет. Каждое движение, организация, группа по интересам, стремящаяся к распространению своих идей и поиску новых членов, или же просто боящаяся забвения, должна быть в интернете. Если этого не делает официальный представитель, сделают рядовые сторонники. Интернет создает большие возможности для распространения и меняет групповые отношения. И вопрос о пределах изменчивости является проблемным.

Этой теме посвящена статья Елены Соколовой. Она рассказывает о новых форматах практики аутентичного движения в интернете. Развитие интернета как площадки продвижения, необходимость присутствия в интернете вынуждает обратиться к нему даже представителей таких практик, перенос которых в интернет, казалось бы, противоречит их базовым принципам — телесно-чувственному опыту, соприсутствию. Соколова анализирует, как происходит цифровая интеграция таких практик, что при этом редуцируется, какие новые возможности появляются.

Интернет-исследования, социология и локальность

В номере есть и материалы, представляющие еще более масштабное направление исследований — связанные с темой локальности. Авторы рассматривают кейсы, обращаясь к темам, о которых мы упоминали выше: публичности и социального действия. Сергей Давыдов и Ольга Логунова в статье о городских пабликах описывают поле, представляют мотивации создателей пабликов и типологию их самих. Сейчас сложно сказать, чем это явление станет в ходе развития медиасреды, но исследователи показывают, что оно представляет собой сейчас и как соотносится с функциями СМИ.

Алевтина Бородулина делает следующий шаг: показывает, что мессенджеры и онлайн-среда участвуют в создании новой связности и изоляции. В центре внимания — антропологические исследования А. Бородулиной на Сахалине, где в отсутствие публичных пространств вся социальная жизнь оказывается в мессенджерах. При этом мессенджеры занимают нишу не «универсальной сети» или публичного пространства по Хабермасу, а наоборот, позволяют создавать новые типы связей. Статус их публичности, а также локальности (или транслокальности) — все это проблематизируется в данной статье.

Ольга Вербилович тоже анализирует публичность, напрямую сопоставляя старые и новые медиа, онлайн и офлайн-среду, выявляя, как трансформация среды происходит вместе с трансформацией нормативности (в этом текст перекликается со статьей Оксаны Дорофеевой).

Акторно-сетевая теория используется в материале Николая Руденко и Александра Широкова, посвященном совершенно другой системе взаимодействий — игровому пространству No Man's Sky, которое было представлено разными способами на разных платформах: в виде трейлеров на Youtube и в самой игре.

Исследователи обращаются к тому, как был сконструирован «хайп», шумиха вокруг этой игры, и почему она стала одной из причин провала игры.

Поворот к пользователю, к тому, что происходит на уровне практик, — это тоже важная часть современных исследований, ставящих вопрос о социальном порядке. В частности, мы видим это в междисциплинарной работе филолога Анны Герасимовой о читательских отзывах на художественную литературу в интернете. Читатели создают новое поле, о котором пока нельзя сказать определенно, будет ли оно конкурировать или как-то взаимодействовать с полем профессиональной критики. Фокус исследовательского внимания обращен к тому, как соотносятся высказывания «наивных рецензентов» с литературоведением. Выясняется, что это соотношение стало возможно определить только благодаря онлайн-среде. В этом смысле теория рецептивной эстетики, стоящая за вопросом о том, как мы, собственно, воспринимаем культуру, получила больше возможностей благодаря включению элементов интернет-исследований в свой репертуар.

Интернет возникает как проблема и объект, но он интерпретируется, обрастает метафорами, необходимыми для исследования. Будучи средством и инструментом, он влияет на другие инструменты исследований, претерпевает изменения. Интернет как научный факт конструируется с помощью разных оптик и метафор, но все же остается распознаваемым для разных дисциплин. В каком-то смысле он оказывается тем, что не схватывается и требует дополнительного изучения, тем, что ускользает. Казалось бы, все отдельные составляющие действия, коммуникации и медиавещания уже изучены, на стыке этих понятий возникает что-то новое, требующее исследования. Интернет в конечном счете не выходит за рамки своего словарного определения, это не существительное, которое может обозначить состоявшуюся взаимосвязь, а постоянный процесс. Исследование этого постоянного изменения превращается в мониторинг, который необходимо все время проводить и который уже невозможен без участия самого интернета.

Список литературы (References)

Колозариди П. В. Утопия и идеология в исследованиях Интернета // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2015. № 5. С. 144—158.

Kolozaridi P. V. (2015) Utopia and ideology in the internet studies. Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes. No. 5. P. 144—158. (in Russ.)

Моисеев С. П. «Реабилитация» понятия «масса» в социальных науках: поиск обобщающего определения // Социология: 4М. 2016. № 42. С. 61—83.

Moiseev S. P. (2016) «Rehabilitation» of the concept of «mass» in the social sciences: the search for a general definition. Sociology: 4M. No. 42. P. 61—83. (In Russ.)

Обыденное и научное знание об обществе: взаимовлияния и реконфигурации: монография / под ред. И. Ф. Девятко, Р. Н. Абрамова, И. В. Катерного. М.: Прогресс-Традиция, 2016.

Lay and Academic Knowledge about Society: Interconnections and Reconfigurations [monograph] (2016) / I. F. Deviatko, R. N. Abramov, I. V. Katerny. Moscow, Progress-Tradition. (in Russ.)

Abbate J. (1999). *Inventing the internet*. Cambridge, MA: MIT Press.

Bennett W. L., Segerberg A. (2012) The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, Communication & Society*. Vol. 15. No. 5. P. 739—768. <http://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2012.670661>.

Berners-Lee T., Fischetti M. (2000). *Weaving the Web: The original design and ultimate destiny of the World Wide Web by its inventor*. New York: HarperCollins.

Dutton W. H. (2009) The fifth estate emerging through the network of networks. *Prometheus*. Vol. 27. No. 1. P. 1—15. <https://doi.org/10.1080/08109020802657453>.

Haigh T., Russell A. L., Dutton W. H. (2015). Histories of the Internet: Introducing a special issue of information & culture. *Information & Culture*. Vol. 50. No. 2. P. 143—159. <https://doi.org/10.7560/IC50201>.

Mansell R. (2012) Social Imaginaries of the Information Society. In: Mansell R. *Imagining the Internet: Communication, innovation, and governance*. Oxford, UK: Oxford University Press. P. 29—66.

Markham A. N. (2003) Metaphors reflecting and shaping the reality of the Internet: Tool, place, way of being. *Paper presented at the conference of the International Association of Internet Researchers in Toronto, Canada, October 2003*. P. 16—19.

Markham A. N. (2005) Disciplining the future: A critical organizational analysis of Internet studies. *The Information Society*. Vol. 21. No. 4. P. 257—267. <https://doi.org/10.1080/01972240591007571>.

Marwick A. E., Boyd D. (2014) Networked privacy: How teenagers negotiate context in social media. *New Media & Society*. Vol. 16. No. 7. P. 1051—1067. <https://doi.org/10.1177/1461444814543995>.

Meyrowitz J. (2005) The Rise of Glocality: New Senses of Place and Identity in the Global Village. In: K. Nyíri (ed.), *A Sense of Place: The global and the local in mobile communication*, Passagen Verlag, Vienna. P. 21—31.

Rainie L., Wellman B. (2012) *Networked: The new social operating system*. Cambridge, MA: Mit Press.

Silius H. (2010) The timeliness of a social turn in Feminist Studies. *NORA — Nordic Journal of Feminist and Gender Research*. Vol. 18. No. 4. P. C. 279—283. <https://doi.org/10.1080/08038740.2010.521138>.

van den Boomen M. V.T. (2014) *Transcoding the Digital: How Metaphors Matter in New Media*. Diss. Amsterdam: Institute of Network Cultures. Utrecht University Repository.

Wellman B. (2004) The three ages of internet studies: ten, five and zero years ago. *New media & society*. Vol. 6. No. 1. P. 123—129. <https://doi.org/10.1177/1461444804040633>.

АНАЛИЗ И ИНТЕРПРЕТАЦИЯ

DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.02

Правильная ссылка на статью:

«Пересборка митинга»: Интернет в протесте и протест в интернете / Архипова А. С., Радченко Д. А., Титков А. С., Козлова И. В., Югай Е. Ф., Белянин С. В., Гаврилова М. В. // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 1. С. 12—35. DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.02.

For citation:

Arkhipova A. S., Radchenko D. A., Titkov A. S., Kozlova I. V., Yugai E. F., Belyanin S. V., Gavrilova M. V. «Rally rebuild»: Internet in protest and protest on the Internet. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. 2018. № 1. P. 12—35. DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.02.



**А. С. Архипова, Д. А. Радченко, А. С. Титков,
И. В. Козлова, Е. Ф. Югай, С. В. Белянин, М. В. Гаврилова**

«ПЕРЕСБОРКА МИТИНГА»: ИНТЕРНЕТ В ПРОТЕСТЕ И ПРОТЕСТ В ИНТЕРНЕТЕ

НАСТОЯЩИЙ МАТЕРИАЛ (ИНФОРМАЦИЯ) ПРОИЗВЕДЕН,
РАСПРОСТРАНЕН И (ИЛИ) НАПРАВЛЕН ИНОСТРАННЫМ
АГЕНТОМ АРХИПОВОЙ АЛЕКСАНДРОЙ СЕРГЕЕВНОЙ
ЛИБО КАСАЕТСЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИНОСТРАННОГО АГЕНТА
АРХИПОВОЙ АЛЕКСАНДРЫ СЕРГЕЕВНЫ

«ПЕРЕСБОРКА МИТИНГА»: ИНТЕРНЕТ
В ПРОТЕСТЕ И ПРОТЕСТ В ИНТЕРНЕТЕ

«RALLY REBUILD»: INTERNET IN PRO-
TEST AND PROTEST ON THE INTERNET

*АРХИПОВА Александра Сергеевна** — кандидат филологических наук, научный сотрудник Московской высшей школы социальных и экономических наук, старший научный сотрудник Лаборатории теоретической фольклористики ШАГИ ИОН, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, доцент Центра типологии и семиотики

Alexandra S. ARKHIPOVA^{1,2,3}* — *Cand. Sci. (Philology), Researcher; Senior Researcher; Ass. Prof.*

*E-MAIL: alexandra.arkhipova@gmail.com
ORCID: 0000-0001-8853-0003*

¹ Moscow School of Social and Economic Sciences, Moscow, Russia

² Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russia

³ Centre for Typological and Semiotic Folklore Studies, Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia

Здесь и далее: * 26.05.2023 внесена в реестр иностранных агентов.

*Российского государственного гуманитарного университета, Москва, Россия.
E-MAIL: alexandra.arkhipova@gmail.com
ORCID: 0000-0001-8853-0003*

*РАДЧЕНКО Дарья Александровна — кандидат культурологии, директор Центра исследований фольклора и антропологии города, Московская высшая школа социальных и экономических наук, старший научный сотрудник Лаборатории теоретической фольклористики ШАГИ ИОН, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Москва, Россия.
E-MAIL: darya_radchenko@mail.ru
ORCID: 0000-0002-9298-7783*

*ТИТКОВ Алексей Сергеевич — кандидат географических наук, доцент, Московская высшая школа социальных и экономических наук, доцент философско-социологического факультета Российской академии народного хозяйства и государственной службы, Москва, Россия.
E-MAIL: a-titkov@yandex.ru
ORCID: 0000-0003-1638-5737*

*КОЗЛОВА Ирина Владимировна — кандидат филологических наук, приглашенный исследователь Лаборатории теоретической фольклористики Российской академии народного хозяйства и государственной службы, Москва, Россия; Заведующая кабинетом традиционной культуры кафедры русской литературы, Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена, Санкт-Петербург, Россия.
E-MAIL: matira@dobre.ru
ORCID: 0000-0001-5466-1339*

*Daria A. RADCHENKO^{4,2} — Cand. Sci. (Cultural Studies), Director; Senior Researcher
E-MAIL: darya_radchenko@mail.ru
ORCID: 0000-0002-9298-7783*

*Alexey S. TITKOV^{1,2} — Cand. Sci. (Geography), Ass. Prof.
E-MAIL: a-titkov@yandex.ru
ORCID: 0000-0003-1638-5737*

*Irina V. KOZLOVA^{2,5} — Cand. Sci. (Philology), Visiting researcher; Head of Traditional Culture Office
E-MAIL: matira@dobre.ru
ORCID: 0000-0001-5466-1339*

¹ Moscow School of Social and Economic Sciences, Moscow, Russia

² Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russia

⁴ Centre for Urban Folklore and Anthropology, Moscow School of Social and Economic Sciences

⁵ Herzen State Pedagogical University, St Petersburg, Russia

ЮГАЙ Елена Федоровна — кандидат филологических наук, старший научный сотрудник Лаборатории теоретической фольклористики ШАГИ ИОН Российской академии народного хозяйства и государственной службы, Москва, Россия.

E-MAIL: leta-u@yandex.ru

ORCID: 0000-0001-8612-1361

БЕЛЯНИН Сергей Владимирович — научный сотрудник Лаборатории теоретической фольклористики ШАГИ ИОН Российской академии народного хозяйства и государственной службы; магистрант Центра типологии и семиотики фольклора Российского государственного гуманитарного университета, Москва, Россия.

E-MAIL: robispre10@gmail.com

ORCID: 0000-0002-0809-1352

ГАВРИЛОВА Мария Владимировна — кандидат филологических наук, научный сотрудник Центра исследований фольклора и антропологии города, Московская высшая школа социальных и экономических наук, Москва, Россия.

E-MAIL: Mariavl.gavrilova@gmail.com

ORCID: 0000-0003-0846-3408

Аннотация. Митинг как устойчивая форма публичного городского ритуала заметно трансформируется под влиянием интернета и социальных сетей. В ситуации, когда социальные сети оказываются важным источником информации об офлайн-реальности, митинг или пикет можно провести, не выходя из дома или развернув плакат только для того, чтобы с ним сфотографироваться. При этом одной из важных тем рефлексии участников и зрителей подобных акций оказыва-

Elena F. YUGAI² — *Cand. Sci. (Philology), Senior Researcher*

E-MAIL: leta-u@yandex.ru

ORCID: 0000-0001-8612-1361

Sergey V. BELYANIN^{2,3} — *Researcher; MA student*

E-MAIL: robispre10@gmail.com

ORCID: 0000-0002-0809-1352

Maria V. GAVRILOVA⁴ — *Cand. Sci. (Philology), Specialist*

E-MAIL: Mariavl.gavrilova@gmail.com

ORCID: 0000-0003-0846-3408

² Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russia

³ Centre for Typological and Semiotic Folklore Studies, Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia

⁴ Centre for Urban Folklore and Anthropology, Moscow School of Social and Economic Sciences

Abstract. In the contemporary world where social media became one of the key sources of information about offline reality, a rally can be performed without even leaving your house. That is why the discussion participants and the audience reflect on the problem of ‘authenticity’ of the virtual reality and political actions it provides. The users ponder the question whether virtual activism is relevant, what conditions make virtual political action ‘real’ and ‘accomplished’, i. e. they try to define the status of virtual

ется проблема «подлинности» виртуальной реальности и производимых в ней политических действий. Пользователи социальных сетей задаются вопросами о том, насколько значима акция, частично или полностью проведенная в интернете, выполнение каких условий делает ее «реальной» или «состоявшейся», — иными словами, пытаются определить статус виртуальной реальности и границу между «реальным» и «виртуальным», «оригиналом» (в терминах И. Гоффмана) и «фальсификацией». Результатом этого рефрейминга становится переопределение того, что активисты, горожане и правоохранительные органы считают «политической акцией». В статье авторы рассматривают, как, с одной стороны, изменяется восприятие публичной политической акции в социальных сетях, а с другой — какие конфликты порождает это изменение.

Ключевые слова: интернет, протест, коммуникация, виртуальное пространство, фрейм-анализ, цифровая антропология

Благодарность. Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФ (проект No 16-18-00068 «Мифология и ритуальное поведение в современном российском городе») при Московской высшей школе экономических и социальных наук. Авторы выражают искреннюю благодарность Вадиму Лурье и Анне Кирзюк.

reality and the boundaries between the 'real' and the 'virtual', the 'original idea' (in E. Goffman's words) and the 'falsification'. This reframing results in a redefinition of what activists, city inhabitants and law enforcement bodies consider to be a 'political action'. The article considers how the perceptions of social media activism change and to what conflicts those changes can lead.

Keywords: Internet, protest, communication, virtual reality, frame analysis, digital anthropology

Acknowledgment. The study was funded by Russian scientific Foundation ((project No 16-18-00068 «Mythology and ritual behaviour in modern city»). We would like to sincerely thank Vadim Lurie and Anna Kirziuk.

2 апреля 2017 г. в Новосибирске прошла политическая акция против коррупции, в которой участвовали, по разным оценкам, от четырехсот до тысячи человек. Акция была согласована в формате пикета, из-за чего на ней нельзя было использовать звукоусиливающую аппаратуру. Чтобы спасти положение, организаторы предложили участникам слушать выступления ораторов в интернете:

«Так как завтра у нас не будет микрофона, то мы придумали усилитель звука! Качаем приложение ZELLO. Подписываемся на канал 02042017, Качаем PERISCOPE <...> Кто хочет завтра выступить, напишите в личные сообщения <...> Берите с собой наушники и Power Bank»¹.

В результате для внешнего наблюдателя пикета происходящее выглядело странно: большинство участников, надев наушники, постоянно смотрело в экран, а не на выступающих или друг на друга, как это обычно бывает на политических акциях. Иногда внезапно (на самом деле — в ответ на транслируемые выступления) раздавались аплодисменты и возгласы: «Новосибирск — это мы», «Это наша страна».

Встает вопрос: где проходил пикет на самом деле — на площади, где находились физические тела участников с плакатами, или в интернете, где они слушали ораторов?

Прежде чем мы предложим ответ на этот вопрос, необходимо рассказать читателю, кто мы и как мы изучаем публичные политические акции.

Методология исследования публичных политических акций

Исследовательская группа «Мониторинг актуального фольклора» (далее — МАФ), в которую входят авторы статьи — социологи, антропологи и фольклористы, — целенаправленно изучает повседневное и ритуализированное поведение горожан и их вернакулярные (то есть внеинституциональные) формы реакции на социально-политические события, от анекдотов до митингов. В том числе с 2014 г. исследовательская группа наблюдает за поведением людей на публичных политических акциях всех направленностей — от оппозиционных до лоялистских. За 2011—2017 гг. исследовательская группа проводила включенное и невключенное наблюдение более чем на двух сотнях публичных акций, шествий, митингов и пикетов в Москве, Санкт-Петербурге, Новосибирске, Севастополе, Вологде, Казани, Туле и других городах.

Группа «Мониторинг актуального фольклора» во время работы на публичных политических фиксирует происходящее на фото и видео и записывает интервью с участниками митинга (всего свыше 800 интервью с участниками публичных акций: как массовых, так и индивидуальных — пикетов). Материалы наблюдений размещаются в базе данных «Voices of protest»². Сразу после окончания акции участники группы пишут подробный полевой дневник, в котором описывают происходящее во время акции, эмоции, настроения, взаимодействия участников митинга с полицией и сторонними наблюдателями.

Параллельно проводится анализ открытых источников: материалов СМИ, публикаций в социальных сетях, данных правозащитных организаций и правоохранительных органов.

Предварительные результаты этих наблюдений с 2011 г. по 2012 г. отражены в книге «Антропология протеста в России: 2011—2012 годы» [Архипова*, Сомин, Шевелева, 2014]. Современное состояние явных и скрытых форм российского протеста обсуждаются в коллективной монографии «Символическое сопротивление»

¹ Группа «Требуем ответов 12 июня. Новосибирск» в социальной сети «ВКонтакте», запись от 1 апреля 2017 года [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/dimon_nsk?w=wall-142595094_3760 (дата обращения: 27.02.2018).

² Прототип базы данных «Voices of protest» размещен в Институте исследований Восточной Европы (Forschungsstelle Osteuropa) при Бременском университете. Разработка базы данных ведется при поддержке «Discuss Data».

ние» ([Титков 2016б; Радченко 2016б; Лурье, 2016, Югай и др. 2016] и др.), в аналитическом обзоре «Мониторинг актуального фольклора: методы и результаты» [Архипова* и др., 2017а], в статье [Титков, 2016а] и других работах. Обсуждение знаков протеста (плакаты, шарик, ленточки) как высказываний и самого митинга как коммуникативного акта см. в [Arkhipova* et al. 2017], проникновение знаков протеста из социальных сетей в протест офлайн — в [Архипова* и др. 2018].

Митинг как событие и как сообщение

Прежде чем мы перейдем к ответу на этот вопрос, необходимо понять, что создает митинг в законодательной оптике и в оптике самих протестующих. Ответ не столь очевиден, как может показаться на первый взгляд.

Существует юридическая конвенция, зафиксированная в законе «О митингах»³. Она предполагает, что участники и полиция должны однозначно распознать «фрейм» [Goffman, 1974] публичной протестной акции и действовать соответственно. Эта конвенция включает три важных критерия того, что такое «митинг»: публичность, ограниченность во времени/пространстве и выражение того, что в законе называется «общественным мнением по актуальным проблемам».

Во-первых, и в социологической теории [Гоффман, 2017], и в юридической практике пространство считается публичным, если оно потенциально доступно для любого человека вне зависимости от того, ориентировано оно на совместное действие или на предельное отчуждение⁴. Таким образом, разговор на кухне не является публичной акцией, а сожжение чучела политика в парке — является, даже если на кухне собралось двадцать человек и еще десять заглядывают в окно, а парк совершенно безлюден.

Во-вторых, под публичной политической акцией понимается такое событие, которое начинается в строго определенное время и заканчивается одновременно для всех участников и при этом проходит на определенной территории. Например, территорией митинга в современной российской юридической практике считается участок улицы или площади, который отделен от остального мира заграждениями и рамками металлоискателя, причем необходимая площадь рассчитывается заранее исходя из того, «на сколько человек» согласован митинг. Территория одиночного пикета, наоборот, никак не ограничена физически, но она описывается конвенционально — согласно действующему законодательству, расстояние между пикетирующими должно составлять не менее пятидесяти метров.

Наконец, в-третьих, задачей любой публичной политической акции является выражение некоторой позиции (то, что в законе называется «публичное выражение общественного мнения»).

³ «Митинг — массовое присутствие граждан в определенном месте для публичного выражения общественного мнения по поводу актуальных проблем <...> пикетирование — форма публичного выражения мнений, осуществляемого без передвижения и использования звукоусиливающих технических средств путем размещения у пикетируемого объекта одного или более граждан» (Ст. 2 Федерального закона «О собраниях, митингах, демонстрациях, шествиях и пикетированиях» от 19 июня 2004 года №54-ФЗ, ред. от 07 июня 2017). В нашем тексте обозначение «митинг» используется не только в строгом смысле, установленном законом, но и как общее название всех публичных политических акций.

⁴ Одно из правовых последствий подобного различения: для установки памятника в публичном пространстве (в парке, на площади и т.д.) требуется согласование с властями, а на своем дачном участке — нет, и этим, в частности, пользуются почитатели И. Сталина.

Эти три фактора создают юридическое и обыденное представление о митинге как о событии в физическом пространстве.

Из всех трех характеристик митинга именно возможность сделать политическое высказывание и быть услышанными, а не просто постоять в течение определенного времени за рамками, определяет, по мнению наших информантов, успешность публичной политической акции. Если мы посмотрим на публичную акцию через эту оптику, то мы увидим, сколько усилий протестующие тратят на создание и трансляцию высказывания, особенно в том случае, когда коммуникация затруднена. По сути, они говорят об успешности митинга в терминах «эмной» коммуникативной теории.

Именно приоритетность высказывания заставляет нас рассматривать публичную политическую акцию (будь то митинг, шествие, пикет или любая другая форма) как особую форму ритуального поведения, в которой главную роль играет акт коммуникации с внешним адресатом. Человек, придя на акцию, становится адресантом (*addresser*), который отправляет адресату (*addressee*) сообщение (*message*) с помощью одного или нескольких кодов (*code*). Например, адресанты отправляют сообщения власти, СМИ или своим соратникам в виде вербальных текстов (плакат «Долой войну!»), визуальных (рисунок «пацифика») или артефактных (белый шарик в руках). Успешность коммуникативного акта определяется тем, смог ли адресант отправить сообщение, а адресат — получить его в адекватной форме [Jakobson, 1960]. Любая политическая публичная акция оказывается суммой сообщений, которые создают пришедшие туда люди.

Таким образом, существуют все оптики публичной политической акции — митинг как событие и митинг как сообщение. При этом первый разворачивается в пространстве физическом, а второй — в пространстве значений. Если это так, то главный вопрос, который надо обсудить: как они разграничиваются? Филипп Дескола полагает, что различие между материальными процессами и ментальными состояниями, т. е. между «физическим» и «виртуальным» в широком смысле, — наиболее универсальная характеристика когнитивного процесса. Если следовать его логике, то разграничение «сна» и «яви», «театра» и «жизни», «онлайн» и «офлайн» на уровне повседневного сознания неизбежно [Descola, 2014]. Актуализацию этих границ и обнаружение в них правил, смыслов и иных качеств он называет построением мира — «мированием» (*worlding*)⁵. Разные пользователи по-разному расставляют скобки⁶ — маркеры границ между этими мирами, буквально пересобирая, создавая их заново. Применительно к нашему материалу можно сказать, что в каждом конкретном случае возникает новое понимание протестного акта. Поэтому цель нашей статьи — показать, как акторы «пересобирают» митинг как событие в митинг как сообщение в ситуации, когда в игру вступает второе изме-

⁵ «Объекты нашей окружающей среды не находятся в небесах вечных идей, готовые к тому, чтобы быть постигнутыми с помощью наших способностей, не являются они и простыми социальными конструктами, придающими форму и смысл сырому материалу; они — просто кластеры качеств, некоторые из которых мы обнаруживаем, а другие — игнорируем» [Descola, 2014: 273]. Перевод выполнен в рамках некоммерческого гуманитарного проекта «Pastiche Project»: Филипп Дескола. Модусы бытия и формы предикации [Электронный ресурс]. URL: <https://www.facebook.com/notes/pastiche-project/филипп-дескола-модусы-бытия-и-формы-предикации/1771858863026086> (дата обращения: 10.02.2018).

⁶ «Скобки» в терминологии Грегори Бейтсона [Бейтсон, 2000] и Ирвинга Гофмана [Гофман, 2004].

рение — виртуальное пространство. Однако прежде чем перейти к «пересборке» митинга, надо понять соотношение интернета и протеста.

От интернета в протесте к протесту в интернете

Наш исходный вопрос о том, как соотносятся политическая мобилизация и протест с проникновением «новых медиа», не нов. Уже в начале 2000-х годов он оказался одним из самых востребованных среди исследователей политических движений — и одним из самых спорных⁷. Ключевой вопрос этого направления — это вопрос конверсии, трансформации пользователя из читателя соцсетей в участника протестной акции на улице. Положим, пользователи социальных сетей массово высказывают свое недовольство в социальных сетях. Приводит ли это к тому, что люди выходят на улицу, и если да, то как?⁸ В какой степени принципы общения, принятые в социальных сетях, накладывают отпечаток на действия активистов [Rossi et al., 2016]? Можно ли по содержанию текстов, бытующих в интернете, судить о содержании протеста «офлайн» [Радченко и др., 2014; Радченко 2016a]? Насколько сильно взаимодействие в интернете влияет на формирование правил поведения при протесте и задержании [Gerbaudo, 2012]?

Во всех упомянутых исследованиях (включая и предыдущее исследование одного из авторов этой статьи) «физическому пространству», как «более реальному», аксиоматично отдается преимущество перед «интернет-пространством»: «виртуальное» оказывается вспомогательным по отношению к «физическому».

В этой парадигме протест в интернете оказывается лишь формой подготовки к митингу как событию («реальному» митингу или пикету): в интернете обсуждают проблему, рекрутируют сторонников, готовят программные документы, но собственно протестная активность как особый тип коммуникации с властью осуществляется только при выходе на улицу.

Характерный ранний пример (хотя и не связанный именно с политическим активизмом) — флешмоб «Дворег», который прошел в Москве в 2006 г. После того как некая девушка разместила в «Живом журнале» пост о том, что ей запретили есть хот-дог на скамейке в одном из дворов в центре города, а житель одного из домов избил ее за это, пользователи блогосферы в знак протеста начали активно распространять этот пост в социальной сети и призывать к солидаризации. В результате несколько десятков (по другим источникам — около двух сотен) блогеров приехали в этот дворик демонстративно поедать хот-доги. Такие кейсы всегда привлекательны для исследователя: они наглядно демонстрируют, как активность онлайн переходит в активность офлайн.

Наблюдения исследовательской группы «Мониторинг актуального фольклора» заставляют сомневаться в осмысленности такого подхода, поскольку он не учитывает второй оптики, в которой митинг выступает суммой сообщений.

Вторая оптика обращает внимание прежде всего на то, *как и где* это сообщение передается — будь то физическая или виртуальная среда. Иногда участник

⁷ См., например [Kahn, Kellner, 2004; Juris, 2012; Rodgers, 2003].

⁸ Так, в исследованиях [Alexander, Aouragh, 2011; Starbird, Palen, 2012; Lotan et al., 2011], этот вопрос изучается на материале протестов в Египте. Роль интернета в «снежной революции» в России освещена в статьях: [Радченко и др., 2014; Никипорец-Такигава, 2012; Ваньке и др., 2014].

митинга на улице может быть больше вовлечен в онлайн-коммуникацию, чем в то, что непосредственно происходит вокруг него⁹. В некоторых случаях активность «офлайн» оказывается в принципе невозможной без поддержки интернет-технологий — что и произошло в Новосибирске. И наконец, далее мы покажем, что митинг как сообщение может полностью реализоваться в виртуальной среде. Как минимум приоритет одной среды перед другой оказывается спорным, а как максимум — разрушаются сами границы этих сред. Ряд таких примеров можно продолжать, но главное то, что виртуальная среда часто оказывается приоритетной, и события, происходящие в социальных сетях параллельно уличной акции или после нее, имеют для протестующих не меньшее значение, чем событие митинга.

Такая постановка вопроса заставляет взглянуть на протестную активность в интернете под принципиально новым углом. В фокусе нашего исследования оказывается не то, как действия в виртуальном мире обеспечивают физическую реализацию протеста, а то, в какой мере «физическая» уличная акция помогает передать сообщение протестующих той аудитории, которую они считают значимой — в том числе в интернете и через интернет.

Поэтому мы переворачиваем традиционный вопрос: что мы знаем не про интернет в протесте, а про *протест в интернете*?

Для решения вопроса о статусе виртуального в политическом протесте необходимо пересмотреть это понятие. Мы не будем вдаваться в долгую историю самого термина. Для нас важнее, что многие исследователи интернета традиционно проводят жесткую границу между «онлайн» и «офлайн», «виртуальным» и «реальным», приписывая большую ценность то одному, то другому.

Однако в ряде случаев эта онтологическая разница не срабатывает. Том Белсторфф, например, справедливо указывает, что происходящее в «физическом» мире вполне может быть «нереальным» (например, галлюцинация), а происходящее в «виртуальном» мире — «реальным» (например, проигрыш в виртуальном казино приводит к реальному уменьшению количества денег на счете)¹⁰. Поэтому он предложил в исследованиях интернета вообще отказаться от понятия «реального» и проводить границу между «виртуальным» и «физическим», а не «виртуальным» и «реальным»¹¹ [Boellstorff, 2016].

Если мы хотим обсудить проблему современного российского протеста в интернете, мы не должны ограничиваться восприятием интернета как пространства подготовки к «реальному» действию, а должны вместо этого понять, какую роль играют физическое и виртуальное пространство в создании *митинга как события* и *митинга как сообщения*, или, другими словами, как пользователи осуществляют *worlding* (в терминологии Дескола).

⁹ Ряд таких случаев описан в [Gray, 2016].

¹⁰ «Цифровое реально не потому, что оно имитирует физическое: многие формы онлайн-практик и онлайн-социальности не связаны с симуляцией. Мы живем в мире, где физическое нередко симулирует цифровое — социальное взаимодействие офлайн может использовать нормы, представления или даже сети онлайн (например, «развирт» в физическом мире людей, которых связывает только общение онлайн)» [Boellstorff, 2016: 397]. (Перевод цитаты авторов статьи).

¹¹ Очевидно, что разграничение, предложенное Белсторффом, также проблематично. Во-первых, вслед за Альфредом Шюцем и другими можно описать множество «миров», ни один из которых не является ни «физическим», ни «виртуальным» в полном смысле слова. Во-вторых, «виртуальный» мир отнюдь не лишен «физического» измерения: его существование зависит от вполне материальных технологий, и он воспринимается теми же органами чувств.

Адресант в поисках адресата

Если митинг — это сообщение, то у него есть адресант. Он может обращаться к трем основным адресатам (или к их сочетаниям): к «власти», внешней аудитории (*out-group*) или «своим» (*in-group*). Успешность акции определяется тем, способно ли сообщение достичь того адресата, которому оно направлено.

Первая и наиболее очевидная цель — это «вертикальная» коммуникация с широко понимаемой «властью»: донесение участниками акции требований, беспокойства или поддержки до органов, принимающих политические решения. Если участникам необходимо быть услышанными этим адресатом, то организаторы акции (адресанты) либо выбирают такое место проведения, где власть может увидеть их непосредственно (например, у здания, в котором располагаются правительственные офисы), либо полагаются на медиа, способные донести до власти сообщение участников. Например, по словам одного политического активиста, самая эффективная форма протеста — стоять с плакатами у здания администрации весь день¹².

Вторая возможная цель — горизонтальная «центробежная» коммуникация с *out-group* — широко понимаемой аудиторией, в которую включаются все, кто не участвует в митинге. Целями такой коммуникации могут быть: формирование солидарности с митингующими, рекрутинг сторонников, агитация за те или иные действия — например, за участие или неучастие в выборах, голосование за определенного кандидата и т.п.¹³. Для того, чтобы говорить *urbi et orbi*, выбираются максимально посещаемая территория и медиа наиболее широкого охвата. Именно поэтому активисты стремятся провести акцию в центре города и активно протестуют против переноса митинга на окраины. Например, в Новосибирске активисты неоднократно подавали в суд на мэрию с целью отменить решение о переносе митинга из центра (с площади Ленина) на Михайловскую набережную, где митинг не могли бы увидеть другие горожане: «*Вы реально собираетесь идти туда и тесниться, показывая плакатики самим себе?!*»¹⁴

Наконец, третий вариант — это «центростремительная» коммуникация между участниками митинга (*in-group*). Задача подобного высказывания — укрепление связей в своем сообществе, формирование идентичности и подтверждение солидарности. «Центростремительные» митинги крайне редки. Таким «чистым» примером оказалась акция памяти Бориса Немцова в Вологде¹⁵. Вместо коммеморативного марша, предпринятого во многих городах России, в Вологде была устроена небольшая встреча местных активистов. Она проходила в безлюдном месте и была настолько закрытой (несмотря на то, что проводилась в публичном

¹² По материалам полевых наблюдений в Москве в 2017 г.

¹³ Это характерно отнюдь не только для протестных акций. Желание максимально вовлечь внешних людей в происходящее приводит к тому, что, например, во время прохода «Бессмертного полка» по Красной площади в 2015—2016 гг. многие участники поднимали портреты, гимнастерки с орденами, и показывали их видеокамерам (об этом см.: [Архипова* и др., 2017б]).

¹⁴ Группа «Требуем ответов 12 июня. Новосибирск» в социальной сети «ВКонтакте», запись от 6 июня 2017 года. URL: https://vk.com/dimon_nsk?w=wall-142595094_4897 (дата обращения: 25.02.2018). В Санкт-Петербурге 12 июня 2017 г. произошла аналогичная ситуация. Когда для проведения митинга против коррупции согласовали Удельный парк (организаторы подавали заявки на несколько площадок в центре города), протестующие отказались туда идти и вышли на Марсово поле, мотивируя это тем, что в Удельном парке их никто не увидит (по материалам полевых наблюдений).

¹⁵ По материалам полевых наблюдений на акции памяти Бориса Немцова в Вологде 27 февраля 2017 г.

городском пространстве), что пришедшего на акцию наблюдателя из группы МАФ участники сочли «шпионом власти»: «*Вот этот давно тут топчется*». Наблюдатель был допущен только после того, как нашлись знакомые, отрекомендовавшие его как «своего» («*он наш*») и тем самым символически включившие его в состав участников встречи. Митингующие при этом сопротивлялись любой возможности быть видимыми: уворачивались от фотоаппарата исследователя, требовали показать фотографии акции с целью подвергнуть их цензуре. Несмотря на кажущееся отсутствие адресата, участники считали акцию состоявшейся, потому что на самом деле адресат и адресант совпадали. Местным активистам поход на такой митинг позволяет укрепить связи среди «своих».

Итак, коммуникативной удачей публичной акции считается установление связи не просто с любым адресатом, а с нужным адресатом, а неудачей — отсутствие такой связи. Например, участник митинга «За образование и науку» жаловался, что его предыдущий пикет, ориентированный на рекрутинг сторонников (в нашей терминологии — «центробежный») остался незамеченным, и именно это побудило его прийти на более крупную акцию:

«Я выходил на одиночный пикет, но этот пикет был очень неудачный. Это был пикет у Смольного собора, я простоял там больше часа, и ни одного человека ко мне не подошло, вот которые бы действительно подошли почитать текст на плакате, поговорить — такого не было. То есть там пустошь, я не знаю, по-моему, пикеты у Смольного (кто их придумал?) — вообще это бесполезное дело. Поэтому я вот пришел с этим плакатом сюда». Интервьюер: «А какое место Вам кажется подходящим для пикетов?» — «*Невский проспект. Там ходят люди, среди которых можно формировать общественное мнение*»¹⁶.

Наличие или отсутствие адресата в «поле зрения» способно радикально изменить фрейм акции. Так, 26 марта 2017 г. на Тверской улице в Москве проходил митинг против коррупции. Поскольку акция не была согласована, первоначально планировалось, что она будет проходить в формате «народного гуляния»: без лозунгов, чтобы снизить риски. И действительно, первые сорок минут все просто гуляли по улице, старательно изображая, что оказались здесь случайно (многие шли с кофейными стаканчиками). Однако затем над головами участников «прогулки» стал низко летать вертолет, что немедленно привело к переключению фрейма: люди подняли головы, некоторые заулыбались и закричали: «*Нас наконец-то видят, пусть видят, как нас много!*» — подразумевая, что в вертолете находятся представители власти или их агенты¹⁷. Транспонирование (переключение) фрейма акции в прогулку завершилось возвращением к оригиналу, и кофейные стаканчики уступили место плакатам.

Участник в поисках Наблюдателя

Если выше мы разделили митинг как событие и митинг как сообщение, то мы должны помнить, что при анализе митинга как сообщения ключевую роль играют

¹⁶ Записано от участника (около 45 лет) митинга «За образование и науку» в Санкт-Петербурге на Площади Ленина 11 ноября 2017 года.

¹⁷ По материалам полевых наблюдений на митинге против коррупции 26 марта 2017 г. в Москве, около станции метро «Охотный ряд».

фигуры адресанта и адресата, а для митинга как *события* такими же необходимыми фигурами выступают *участники* и *наблюдатели*.

Роли участника и адресанта, как и роли наблюдателя и адресата, в некоторых случаях совпадают, а в некоторых — значительно различаются, поэтому для наших исследовательских целей их важно аналитически развести по двум измерениям. Наглядным случаем, когда роли адресанта и участника существенно расходятся, служат митинги игрушек («наномитинги») 2012 г. В их ходе политические активисты, желающие выразить свою позицию, инсценировали в публичном месте акцию протеста, роль демонстрантов при этом исполняли игрушки. С нашей точки зрения, это, во-первых, митинг как событие, где есть участники (игрушки) и наблюдатели (прохожие и полиция), и митинг как сообщение, где есть адресанты (протестующие), которые используют артефактный код (игрушки), чтобы передать высказывание адресату (властным структурам и потенциальным сторонникам)¹⁸.

Участники производят действия, необходимые для того, чтобы акция считалась состоявшейся: присутствуют в определенном месте в определенное время и выполняют некоторые устойчивые сценарии. Значимыми для митинга как события оказываются количество участников и/или степень физической опасности, которой они подвергаются. Наблюдатели, в свою очередь, подтверждают факт события своим наблюдением и своими сообщениями о том, что они видели. На шествиях памяти Немцова в роли наблюдателей выступали специально пришедшие на акцию журналисты и простые прохожие, которые вышли из кафе и остановились посмотреть, что происходит. Тот факт, что они смотрят и видят, является подтверждением того, что митинг происходит «на самом деле» в физическом пространстве (как ни абсурдно это звучит). Один из наших информантов в Вологде сказал, что митинга 26 марта 2017 г. в Москве «не было» — потому что об этом ничего не говорилось в новостях: *«Где Лена? — На митинге в Москве. — Не может быть, по телевизору ничего не говорили, а значит, митинг не состоялся»*¹⁹.

Для первого типа коммуникативных моделей политической акции — «вертикального» — наблюдатель должен быть внешним и не совпадать с адресатом. В случае «центробежного» митинга потенциальный адресат и наблюдатель совпадают. В приведенном выше примере пикетчик из Санкт-Петербурга сокрушается об отсутствии наблюдателей именно потому, что из их числа рекрутируются адресаты: *«Я простоял там больше часа, и ни одного человека ко мне не подошло»*. В случае же «центростремительного» митинга адресант, адресат и наблюдатель жестко совпадают (в описанном выше вологодском кейсе наблюдатель был принят только тогда, когда подтвердил статус «своего» — т. е. стал адресатом и адресантом).

Наблюдатель может видеть митинг непосредственно («своими глазами») — назовем эту позицию Наблюдатель I, или опосредованно — Наблюдатель II. Например, люди, случайно оказавшиеся на Страстном бульваре днем 1 марта

¹⁸ В статье [Вахштайн, 2013] описывается также правовая коллизия между организаторами «наномитинга», подавшими официальную заявку от лица лево-человечков, игрушечных солдатиков и мягких игрушек, и местной администрацией, которая отклонила заявку на том основании, что игрушки по закону не могут проводить публичную акцию, не будучи гражданами России. Подробнее о наномитингах в Беларуси и России см.: [Астапова, 2014].

¹⁹ По материалам полевого дневника группы МАФ в 2017 г.

2017 г., видят людей, идущих колоннами с портретами Бориса Немцова и плакатами, рамки и полицию. Сумма таких наблюдений позволяет Наблюдателям I распознать фрейм митинга, а также дает им теоретическую возможность сменить свой коммуникативный статус с наблюдателей на участников — для этого достаточно пройти через рамки. Тот, кто смотрит прямую трансляцию митинга по телевизору, не является Наблюдателем I, хотя и видит его «своими глазами». Пространство Наблюдателя II и физическое пространство митинга не соприкасаются: даже при очень большом желании ему потребуется осязаемое время, чтобы пересечь границу между ними.

Митинг I глазами Наблюдателя II

Случай, когда граждане собираются в определенное время в определенном публичном месте, открытом для зрителей, и там же высказывают свою позицию, представляет собой обычный, самый распространенный вариант публичной акции. Мы будем называть ее Митинг I. Под этим термином мы подразумеваем и митинг-событие, и митинг-сообщение, сделанное тут же, в физическом пространстве.

Митинг I доступен как непосредственному восприятию (Наблюдатель I), так и опосредованному (Наблюдатель II). Но в одной ситуации Наблюдатель I невозможен в принципе — это Митинг II, который мы обсудим в конце статьи.

При восприятии Митинга I Наблюдателем II может разрушаться требование приуроченности к определенному временному промежутку. 6 апреля 2014 г. у Исторического музея была проведена акция в поддержку узников Болотной (акция «Комитет 6 мая»²⁰). Участники акции стояли кругом и держали руки так, как будто держали невидимые плакаты. Митингующих задержали. 6 апреля 2016 г. в социальных сетях появилась фотография этой акции с призывом идти к ОВД и защищать задержанных. Что характерно, многие Наблюдатели II сочли это достаточным доказательством того, что акция и задержания произошли вчера: «Полиция разогнала накануне в Москве участников акции в поддержку «болотных» узников»²¹. В ответ часть комментаторов публикации возмущается произволом, а один пишет: *новость 2х летней давности, ребята вы вроде не эстонцы, а новость 2 года до вас доходила. Но спасибо развеселили, посмеялся от души*²².

Наблюдатель II при этом может считывать свое собственное сообщение, не совпадающее с тем, которое было отправлено адресантом. Например, в 2010 г. у представительства Японии в Москве был проведен пикет «Greenpeace» в защиту китов. Естественно, на плакате участника пикета была надпись на японском языке — лозунг в защиту китов, нацеленный на понимание основным адресатом — посольством Японии. Фотография пикета попала в социальные сети, и знание о том, кому он был адресован, исчезло. Поэтому надпись «непонятными иероглифами» была переинтерпретирована и стала восприниматься как способ скрыть протестное сообщение от представителей правоохранительных органов. В этом качестве фотография пикета начала массово распространяться.

²⁰ Волонтерское правозащитное сообщество.

²¹ «Что писать? И так все понятно» // 9 Канал ТВ (Израиль). 9 апреля 2016 года. URL: <http://9tv.co.il/news/2016/04/09/224138.html> (дата обращения: 10.02.2018).

²² Там же.

Адресант специально ориентирует Митинг I на Наблюдателя II

Нередко адресант, хотя и участвует в Митинге I, учитывает «взгляд» не столько Наблюдателя I, сколько Наблюдателя II. На митинге против реновации, где было много разных СМИ, мама сказала своему сыну: *«Держи плакат выше, не кривляйся, нас могут снять для телевизора»*²³.

На петербургском пикете в поддержку Ильдара Дадина²⁴ главным для адресанта оказывается публичность не в «физическом», а именно в «виртуальном» пространстве:

Интервьюер: *«А вообще надежды на сегодняшнюю акцию у Вас какие?»* — *«Люди увидят, что все-таки существует кто-то, кто протестует»*. Интервьюер: *«Мне кажется, здесь не оченьлюдно»* — *«Ну, в интернете увидят. Может быть, сами судьи увидят в том же интернете, понятно, что сегодня их здесь нет»*²⁵. *На самом деле я периодически на работе наталкиваюсь на то, что мне говорят: „А вот мы вас видели на ютубе“. То есть информация распространяется, когда есть интернет»*.

В этом случае интернет позволяет адресанту надеяться не только на увеличение аудитории (числа Наблюдателей II), но и на то, что реальный адресат — судебная инстанция — получит сообщение. Интернет, таким образом, усиливает сообщение.

Во многих случаях во время Митинга I начинается коррекция поведения участников, нацеленная на то, чтобы создать наилучшее представление о митинге у Наблюдателя II. Одним из важных критериев оценки социальной значимости митинга для наблюдателей является число участников: оно позволяет судить о том, насколько сообщение, транслируемое митингом, важно для общества. Если на митинг пришли сотни тысяч человек, их высказывание признается требованием «общества в целом». Если в большом городе собрался десяток участников, их требования считаются маргинальными и незначимыми. Таким образом, участникам необходимо создать впечатление, что их много. Если предварительный рекрутинг успеха не имел, и на митинг пришло меньше людей, чем рассчитывалось, для Наблюдателя II можно создать впечатление, что митинг все же состоялся. Так, на молебне против фильма «Матильда» собралось не более пятидесяти человек, участники движения «Сорок сороков» вели съемку во время этого мероприятия. После молебна, сидя в кафе и составляя отчет для группы в социальной сети «ВКонтакте», они договорились написать, что их было сто или даже сто пятьдесят²⁶.

Создание сообщения для Наблюдателя II становится более важным делом, чем создание митинга как события. Нередко оппозиционные активисты тратят больше времени на фотографирование себя, раздающих листовки, и на выкладывание фотографий в интернет, чем на агитацию в физическом пространстве. Именно к этому их призывают координаторы, которые говорят (в переводе на наш

²³ Полевой дневник включенного наблюдения на митинге против реновации «хрущевки» в Москве 15 мая 2017 г.

²⁴ Записано от участницы (около 55 лет) одиночного пикета в поддержку Ильдара Дадина в Санкт-Петербурге на Сенатской площади 22 января 2017 г.

²⁵ Здесь и далее подчеркивание в цитатах авторов статьи.

²⁶ По материалам полевых наблюдений на молебне святым царственным страстотерпцам в московском храме Святителя Николая в Пыжах 1 октября 2017 г.

язык), что в социальных сетях их увидит больше Наблюдателей II — потенциальных сторонников²⁷.

Инструментом для создания такого эффекта (увеличение «тела» митинга в глазах Наблюдателя II) часто служит массовая фотосъемка друг друга с плакатами и размещение этих фотографий в социальных сетях. На митинге НОД 4 ноября 2017 г. в Санкт-Петербурге на Марсовом поле организаторы раздавали всем плакаты «Путин 2018» и сами фотографировали участников, а участники фотографировали друг друга — после чего участие в митинге считалось совершившимся²⁸.

Значимость Наблюдателя II подчеркивается в тексте, предваряющем трансляцию антикоррупционного марша в Новосибирске: *«Вышедшие на улицу живые люди намного сильнее расстраивают и беспокоят Димона. Но если уж совсем никак не получается прийти на мероприятия — следите за ходом событий в трансляции на Youtube. Помогайте хотя бы лайками!»*²⁹ Получается, что есть некий «Димон», который одновременно видит проекцию митинга, проходящего в физическом пространстве, и следит за протестными действиями, проходящими в соцсетях. «Димон», хотя и приписывает большую ценность митингу на улице, все же признает и замечает значимость митинга в интернете. Массовое присутствие Наблюдателей II должно показать «Димону», что на повестку реагирует больше людей, чем он видит на улице.

Участник избавляется от Наблюдателя I

Если акция рассчитана на Наблюдателя II, то сколько времени она должна продолжаться в физическом пространстве, чтобы ее увидели? В этом случае критерий продолжительности работать перестает. Приведем выдержку из полевого дневника участника пикета в защиту Европейского Университета³⁰: *«В начале пикетов мы обсуждали вопрос — сколько прилично стоять? час? меньше? больше? чтобы это было «приличное стояние». Начали мы около 17.00. В 18.00 приехала полиция, и мы убежали, не успев про это написать в сети. Лайки (фотографии нас в пикете) и слова поддержки продолжались еще часа два»*. Таким образом, Наблюдатель I (например, охранник у входа в Министерство образования) мог видеть пикетчиков в течение одного часа, а Наблюдатель II — в течение трех часов и больше.

Сокращая время пребывания в физическом публичном пространстве и продлевая время протеста в виртуальном публичном пространстве, участник акции балансирует между желанием снизить социальные риски и желанием донести свое сообщение. Отсюда возникает вопрос: если критерий времени физического пребывания в публичном пространстве нарушен, то является ли происходящее «настоящим митингом»? Некие вологодские активисты провели серию одиночных пикетов в поддержку Алексея Навального, при этом само время нахождения на улице не превышало десяти минут. Основной целью были фотографии, которые потом выкладывались в сеть. Рассказывая об акции, участница поправляет интервьюера: *«Это не был пикет»* (и соответственно, это неподсудно), а на вопрос

²⁷ По материалам полевых наблюдений в городе Москве в 2017 г.

²⁸ По материалам полевых наблюдений группы МАФ в Санкт-Петербурге.

²⁹ Группа «Требуем ответов 12 июня. Новосибирск» в социальной сети «ВКонтакте», запись от 11 июня 2017 г. URL: https://vk.com/dimon_nsk?w=wall-142595094_5589 (дата обращения: 10.02.2018).

³⁰ Полевой дневник включенного наблюдения в поддержку Европейского университета в апреле 2017 г. в Москве.

«Почему?» поясняет: «Ну, пикет, я считаю, нужно стоять, держать»³¹. Так, активисты молодежного движения «Весна» называют такие действия «фото-акциями» — поскольку они направлены не на реального зрителя, а на представление в социальных сетях.

Участники пикета в Чебоксарах перед Пасхой 2017 г. провели акцию схожим образом. Их задачей было сфотографироваться с куриными яйцами, на которых были написаны буквы, складывающиеся во фразу: «Свободу Мальцеву»³², и опубликовать фотографию в интернете. Они создавали Митинг I, полностью ориентированный на Наблюдателя II. Однако в момент фотографирования участники акции приобрели нежелательного Наблюдателя I (полицию), который снял их на камеру. В результате активисты были задержаны постфактум под предлогом того, что «это был несогласованный митинг». Тот факт, что митинг как событие — не как сообщение — длился всего несколько минут, не повлияло на действие этого Наблюдателя.

Учитывая это, активисты могут уничтожать саму возможность появления Наблюдателя I. В декабре 2015 г. некая группа краснодарских активистов решила провести акцию «Похороны Конституции»³³ в максимально безлюдном месте — в лесу. 12 июня 2017 г. крымские активисты провели пикет против коррупции в горах. С помощью плаката «Я хочу жить в свободной стране»³⁴, они выражали солидарность с теми, кто протестовал в других городах России. В обоих случаях адресант принял меры предосторожности, чтобы акт протеста видел только Наблюдатель II.

Однако и это не решает проблему. Левая активистка Дарья Полюдова из Краснодара была обвинена в «публичных призывах к экстремистской деятельности, в том числе совершенных с использованием сети интернет», уже не за проведение пикета, а за размещение в интернете постфактум фотографии с плакатом «Не война с Украиной, а революция в России»³⁵. Полиция в данном случае выступила в роли Наблюдателя II, поскольку она не присутствовала на митинге как события, а увидела фотографию только в социальных сетях.

(Рас)синхронизация митинга как «события» и «сообщения»

В описанных выше сюжетах сначала митинг произошел как событие в физическом мире (участники сфотографировались с плакатом), а постфактум — как сообщение (фотографии и видеозаписи попали в социальные сети, Наблюдатели II стали реагировать на них, распространять сообщение дальше или, наоборот, прекращать его распространение).

В других случаях митинг как событие и митинг как сообщение могут происходить в один момент времени и при этом расподобляться. В начале статьи мы приводили пример, как протестующие в Новосибирске, находясь на площади,

³¹ По материалам полевых наблюдений группы МАФ в Вологде, 2015 г.

³² В Чебоксарах активистов задержали // Радио «Свобода». 18 апреля 2017 года [Электронный ресурс]. URL: <https://www.svoboda.org/a/28437147.html> (дата обращения: 10.02.2018).

³³ В Краснодаре устроили «Похороны Путиным Конституции России» // Интернет-сайт «Туподар». 13 декабря 2015 г. [Электронный ресурс]. URL: <http://tupodar.ru/v-krasnodare-ustroili-pohorony-putinyim-konstitutsii-rossii-foto-i-video/> (дата обращения: 10.02.2018).

³⁴ По материалам полевого дневника группы МАФ в Крыму, 12 июня 2017 г.

³⁵ По материалам сайта информационного аналитического центра «СОБА», 21.12.2015 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sova-center.ru/misuse/news/persecution/2015/12/d33508> (дата обращения: 10.02.2018).

слушали трансляцию выступлений, проходящих на той же площади, через интернет-приложение. Иными словами, они одновременно были участниками митинга как события в физическом пространстве и адресатами митинга как сообщения в виртуальном пространстве. При этом статус этих двух «ипостасей» митинга был неодинаков: когда исследователь брал интервью у участника этой акции, интервьюируемый не хотел говорить с ним, если в виртуальной реальности что-то происходило. Он ранжировал происходящее, и митинг, происходящий в интернете, был для него важнее³⁶.

Подобную конкуренцию физического и виртуального мы видим и на примере большого митинга против программы реновации «хрущевок», прошедшего в Москве в мае 2017 г. Перед рамками выстроилась огромная очередь, и часть потенциальных участников не захотела в ней стоять. Некоторые наши информанты, не пройдя через рамки, развернули плакаты, сфотографировались со своими протестными высказываниями на фоне толпы, и ушли в ближайшее кафе, откуда выложили фотографии в сеть. С точки зрения взгляда на митинг как на событие, эти информанты не стали участниками публичной акции — они даже не прошли за рамки. Однако они стали адресантами митинга как сообщения — они отправили свое сообщение (выложили фотографии с плакатами перед рамками в социальные сети) и получили внимание Наблюдателей II (большое количество лайков)³⁷.

Обратим внимание на то, что пространственный критерий митинга здесь тоже был нарушен: сообщение (развернутый плакат) было сделано перед рамками, то есть не на территории митинга³⁸. Здесь мы сталкиваемся с рядом важных различий между митингом как событием и митингом как сообщением.

Во-первых, митинг как событие происходит строго в физическом пространстве, а митинг как сообщение может происходить и в физическом, и в виртуальном пространствах.

Во-вторых, если для митинга как события требование наличия пространственно-временных границ имеет ключевое значение, то для митинга как сообщения оно не так важно. В случае описанного выше пикета в поддержку Европейского университета митинг как сообщение продолжался уже после завершения митинга как события. Это происходит не только в протестном поле. На акции «Возвращение имен» некоторые участники, которые из-за огромной очереди и плохой погоды не смогли прочитать имена репрессированных непосредственно в месте проведения акции — у Соловецкого камня на Лубянской площади в Москве, — вечером того же дня выкладывали фотографии листовок с этими именами в социальных сетях, таким образом создавая высказывание за пределами физического пространства и времени акции³⁹.

Возможен и обратный сценарий: в Курганской области был проведен виртуальный митинг, организаторы которого стремились установить четкие пространственные

³⁶ Пикет в поддержку задержанных 26 марта в Москве, 2 апреля 2017 г., Новосибирск. По материалам полевых наблюдений группы МАФ.

³⁷ Митинг против реновации в Москве на площади Сахарова, 15 мая 2017 г. По материалам полевых наблюдений группы МАФ.

³⁸ Митинг против реновации 15 мая 2017 г. в Москве. По материалам полевых наблюдений группы МАФ.

³⁹ Акция «Возвращение имен», Москва, 29 октября 2017 г. По материалам полевых наблюдений группы МАФ.

и временные рамки, воспроизводя привычный фрейм публичной акции как события: для проведения виртуального митинга была выбрана одна определенная онлайн-площадка (блог), где были размещены выступления ключевых участников, а затем было ограничено время для обсуждения в режиме комментирования записей⁴⁰.

Адресант фабрикует Митинг II

Из вышесказанного вытекает, что раз митинг может восприниматься как событие и как сообщение, может возникнуть митинг, который вообще не происходил как событие в физическом пространстве, а происходил только как сообщение в виртуальном пространстве. Мы называем такой случай Митинг II. Отсутствие митинга как события при этом вызывает множество вопросов у адресатов и Наблюдателей II.

8 марта 2017 г. активистки феминистского движения провели акцию в Александровском саду у Кремля и опубликовали свои фотографии с плакатами в социальных сетях. Резонанс вызвала одна из этих фотографий, на которой активистки стоят на Арсенальной башне Кремля с растяжкой «Национальная идея — феминизм» и горящими файерами. После акции состоялась продолжительная дискуссия о подлинности этой фотографии. 9 марта организатор акции Леда Гарина выступила с открытым письмом, где рассказала, как была сделана фабрикация⁴¹: «Мы планировали дать реальные фотки, а фейк запустить только в соцсетях. Чтобы у людей возник вопрос: было или нет? И уже оттуда он либо попал бы в СМИ, либо не попал. И это бы обсуждали пару дней»⁴². Другая участница акции, Анастасия Вепрева, выразила эту цель еще более четко: «Мне нравилась сама идея виртуальной интервенции — в картинку, в СМИ, в общественность. Но не как самостоятельное действие, а как факт дополненной реальности»⁴³. Вепрева пишет о том, что митинг как событие был дополнен еще одним сообщением, чтобы усилить обсуждение остальных — «настоящих» — фотографий.

Одни Наблюдатели II приняли аргумент Гариной и Вепревой, однако для других Наблюдателей II митинг как сообщение должен соответствовать митингу как событию хоть в какой-то степени: «Фейковая реализация <...> превращает содержание в фарс и девальвирует искренность и честность призывов в ноль»⁴⁴. Нарушение

⁴⁰ Молодые парламентарии Зауралья проведут митинг в интернете // Интернет-сайт «Росмолодежь», 28.12.2010. URL: <https://fadm.gov.ru/news/19390?page=8>.

⁴¹ «Неделю назад я придумала, какую акцию можно сделать на 8 марта, и отправилась на разведку в Москву. Пока я гуляла и фотографировала точки, мне пришла в голову мысль, что один слоган можно пририсовать. И что если будет несколько других реальных точек, будет не сразу заметно, что одна из них фейк. Я специально отсняла две возможных точки — на башне и у Мавзолея. Когда начали делать баннеры, я поняла, что получится лучше, если слоган написать в реальности, а ещё лучше — ещё и сфотографироваться с ним, благо рядом была красная стена». См. Запись Леды Гариной в социальной сети «Facebook» от 11 марта 2017 г. [Электронный ресурс]. URL: https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1353805818009169&id=100001392901051&pnref=story (дата обращения: 10.02.2018).

⁴² Запись Леды Гариной в социальной сети «Facebook» от 11 марта 2017 г. [Электронный ресурс]. URL: https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1353805818009169&id=100001392901051&pnref=story (дата обращения: 10.02.2018).

⁴³ Запись Анастасии Вепревой в социальной сети «Facebook» от 11 марта 2017 года [Электронный ресурс]. URL: <https://www.facebook.com/vepreva.anastasia/posts/609875119202804> (дата обращения: 10.02.2018).

⁴⁴ Комментарий Динара Идрисова к записи Леды Гариной в социальной сети «Facebook» от 11 марта 2017 г. [Электронный ресурс]. URL: https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1353805818009169&id=100001392901051&comment_id=1354227907966960&comment_tracking=%7B%22t%22%3A%22R%22%7D (дата обращения: 10.02.2018).

этой конвенции расценено ими как фабрикация, дискредитирующая «аутентичность» не только конкретной акции, но движения в целом⁴⁵.

Как оказалось, именно это и является различительным критерием для принятия или непринятия Митинга II: конвенция подразумевает, что допустимо увеличивать число Наблюдателей II, но недопустимо создавать сообщение, которое не поддержано событием.

С точки зрения разгневанного Наблюдателя II, эта акция, как и любой Митинг II, — намеренное введение в заблуждение (в терминах Гофмана, это фабрикация фрейма протеста [Гофман, 2004: 145]). С точки зрения Вепревой, Гариной и их сторонников, такой Митинг II — политическая акция как чистое сообщение в виртуальном пространстве, не соотносящееся с митингом как событием.

Наблюдатели II приравнивают Митинг II к Митингу I и делают далеко идущие выводы

Что не смогла сделать Леда Гарина, смогла (почти) сделать белорусская милиция. В мае 2017 г. супруги Ольга и Сергей Веремеенко провели акцию в поддержку арестованного в Гомеле Василя Полякова, который вышел на улицу с историческим бело-красно-белым белорусским флагом⁴⁶. Они сфотографировались в парке города Гродно с таким же флагом. После этого они с помощью программы «Photoshop» наложили на фотографию надпись: «В Гродно такие же, как Василь!». Несмотря на то, что митинга как события не было, супруги были привлечены к суду по обвинению в пикетировании. Вызванный в суд милиционер настаивал, что, хотя никаких свидетелей пикетирования не было, это все равно была публичная акция, раз «пикет был проведен в интернете»⁴⁷. Милиционер стал Наблюдателем II. Суд был перенесен, но в итоге 30 мая дело прекратили за отсутствием состава правонарушения.

В этом случае виртуальный митинг как сообщение (Митинг II), несмотря на отсутствие митинга как события в физическом мире (Митинга I), получил все его свойства, в том числе и право власти на преследование участников за нарушение правил его проведения.

Что происходит на самом деле? — «Пересборка» митинга

Эта статья рассказывает о двух оптиках для восприятия митинга. В одной оптике (с которой соглашается законодательство) митинг — это событие с заданными пространственно-временными характеристиками (оно публично, происходит в определенном месте, в определенное время, для выражения общественной позиции) в физическом пространстве, которое создает взаимодействие участников и наблюдателей (в том числе и агента власти). В другой оптике митинг является

⁴⁵ «Сейчас из каждого утюга несетя: да поглядите на этот российский феминизм, они все врут! И как с этим спорить?». См. Федорова А. Нас обманули [Электронный ресурс] // Лента.ру. 9 марта 2017. URL: https://lenta.ru/columns/2017/03/09/feminist_fail (дата обращения: 10.02.2018).

⁴⁶ Этот флаг использовался в 1918—1919 и 1991—1995 гг. После референдума 1995 г. он не был запрещен, но законодательные нормы Беларуси ограничивают его использование, особенно в публичных политических акциях, поскольку он ассоциируется с оппозиционным движением.

⁴⁷ «Пікет быў праведзены ў інтэрнэце», — паказаны сьведкі-міліцыянта ў судзе [Электронный ресурс] // Радыё «Свабода». 25.05.2017. URL: <https://www.svaboda.org/a/28508310.html> (дата обращения: 10.02.2018).

сообщением, создаваемым адресантами для адресатов, и этом качестве он может функционировать и в физическом, и в виртуальном пространстве.

Появление в протестной активности еще одного измерения, помимо «места» и «времени» — пространства интернета — значительно усложняет эту конструкцию. Для части активистов и наблюдателей митинг как событие, происходящее в физическом пространстве, остается единственной легитимной формой публичной акции. Хотя идея митинга как сообщения не всегда ими рефлексивируется отчетливо, именно она дает максимальную гибкость во взаимодействии с целевой аудиторией и представителями власти. Благодаря тому, что в этом новом измерении возможно стать Наблюдателем II, вести наблюдение из собственного дома, или даже провести (или сфальсифицировать) политическую акцию онлайн, многие участники митингов получают возможность по-новому конструировать свою акцию и свое участие в ней. Например, становится возможным отказаться от каких-то привычных для митинга действий, перенести их в интернет — для того чтобы снизить риск быть задержанным или для того чтобы донести свою позицию до более широкой (вариант — более четко очерченной) аудитории. Иными словами, жонглируя элементами публичной акции и совершая переходы между физическим и виртуальными пространствами, участники осуществляют «пересборку» самого понятия митинга.

Властный институт в роли Наблюдателя II также начинает видеть митинг как сообщение в виртуальном мире и приравнивать его к митингу как событию со всеми вытекающими последствиями (в случае с белорусскими активистами). В этом случае из пространства безопасности интернет становится пространством риска, заставляющим обдумывать каждую, даже самую безобидную на первый взгляд публикацию — то есть вновь обращаться к механизмам «пересборки», учитывая еще одну аудиторию: наблюдателя, облеченного властью. Трудно количественно оценить повышение интереса к виртуальному активизму (главным образом потому что систематических наблюдений за ними в предыдущие десятилетия не проводилось). Не менее сложно сказать, является ли оно прямым следствием тех или иных изменений политического климата. Однако очевидно, что репертуар способов создания митинга как события и сообщения и их интерпретаций активно расширяется в последние два года.

В результате таких постоянных изменений границы между физическим и виртуальными пространствами определяются участниками протеста и наблюдателями (включая властные институты) каждый раз по-разному — мы наблюдаем *worlding*, бесконечное создание и разрушение «миров» протестного ритуала. «Это было в интернете, поэтому это не пикет», — говорят одни; «это было в интернете, и потому это пикет», — отвечают им другие.

Список литературы (References)

Архипова А. С. *, Кирзюк А. А., Радченко Д. А., Христофорова О. Б. «Фига в кармане» и другие теории символического сопротивления // Городские тексты и практики. Т. 1: Символическое сопротивление / сост. А. С. Архипова*, Д. А. Радченко. М. : ИД «Дело», 2017а. С. 5—22.

Arkhipova A. S. et al. (2017a) «Fig in the pocket» and other theories of symbolic resistance. Urban texts and practices. Vol.1: Symbolic resistance. Moscow: ID «Delo». P. 5—22. (In Russ.)*

Архипова А. С., Доронин Д., Кирзюк А. А., Радченко Д. А., Соколова А., Титков А. С., Югай Е. Ф. Война как праздник, праздник как война: перформативная коммеморация Дня Победы // Антропологический форум. 2017б. № 33. С. 84—122.*

Arkhipova A. S. et al. (2017b) War as Festival, Festival as War: Performative Commemoration of Victory Day. Forum for Anthropology and Culture. No. 33. P. 84—122.] (In Russ.)*

Архипова А. С., Белянин С., Кирзюк А. А., Козлова И. В., Радченко Д. А., Югай Е. Ф. Жизненный цикл мема в чайках, бакланах и уточках // Искусство кино. 2018. № 1/2. С. 300—312.*

Arkhipova A. S. et al. (2018) Meme life cycle in seagulls, cormorants and ducks. Iskusstvo kino [Art of Cinema. No. 1/2. P. 300—312. (In Russ.)*

*Архипова А. *, Сомин А., Шевелева А. Шершавым языком плаката»: оппозиционный дискурс на протестных акциях // «Мы не немцы!»: Антропология протеста в России 2011—2012 годов / под ред. А. Архиповой*, М. Алексеевского. Тарту : Estonian Literary Museum : University of Tartu, 2014. С. 125—148.*

*Arkhipova A. *, Somin A., Sheveleva A. (2014) «A rough tongue of the placard»: an opposition discourse on protest actions. In: We are not dumb! «: Anthropology of the protest in Russia 2011—2012 / ed. A. Arkhipova*, M. Alekseevsky. Tartu: Estonian Literary Museum, University of Tartu. P. 125—148. (in Russ.)*

Астапова А. С. «Игрушко митингуэ!»: наномитинг в России и Беларуси // Мы не немцы: Антропология протеста в России 2011—2012 годов / под ред. А. Архиповой, М. Алексеевского. Тарту : Estonian Literary Museum : University of Tartu, 2014. С. 293—306.*

Astapova A. S. (2014) «Igrushko mitingue!»: nano-rally in Russia and Belarus. In: We Are Not Mute: Anthropology of Protest in Russia, 2011—2012. Tartu: Estonian Literary Museum, University of Tartu. P. 293—306. (In Russ.)

Бейтсон Г. Теория игры и фантазии // Бейтсон Г. Экология разума: Избранные статьи по антропологии, психиатрии и эпистемологии. М. : Смысл, 2000. С. 205—226.
Bateson G. (2000) A Theory of Play and Fantasy. In: Steps to an Ecology of Mind: Collected Essays in Anthropology, Psychiatry, Evolution, and Epistemology. Moscow, Smysl. P. 205—226. (In Russ.)

Ваньке А., Ксенофонтова И., Тартаковская И. Интернет-коммуникации как средство и условие политической мобилизации в России (на примере движения «За честные выборы») // ИНТЕР. 2014. № 7. С. 44—73.

Vanke A. et al. (2014) Internet communication as a means and a condition of political mobilization in Russia: case of the «For Fair Elections». INTER. No. 7. P. 44—73. (In Russ.)

Вахштайн В. С. К микросоциологии игрушек: сценарий, афорданс, транспозиция // Логос. 2013. № 2. С. 3—37.

Vakhshtain V. S. (2013) Towards a Micro-Sociology of Toys: Scenario, Affordance, Transposition. Logos. No. 2. P. 3—37.] (In Russ.)

Гофман И. Анализ фреймов: Эссе об организации повседневного опыта. М. : Институт социологии РАН : Фонд «Общественное мнение», 2004.

Goffman I. (2004) Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience. Moscow: Institut sotsiologii RAN; Fond «Obshchestvennoe mnenie». (In Russ.)

Гоффман Э. Поведение в публичных местах: заметки о социальной организации сборищ / пер. А. Корбута. М. : Элементарные формы 2017.

Goffman I. (2017) Behavior in Public Places: Notes on the Social Organization of Gatherings. Moscow; Elementarnye formy. (In Russ.)

Лурье В. Ф. Граффити Майдана: функция символического сопротивления в сопротивлении реальном // Городские тексты и практики. Т. 1: Символическое сопротивление / сост. А. С. Архипова, Д. А. Радченко. М. : ИД «Дело», 2016. С. 211—220.*
Lurie V. F. (2016) Maidan Graffiti: function of symbolic resistance in actual resistance. Urban texts and practices. Vol.1: Symbolic resistance. Moscow: ID «Delo». P. 211—220. (In Russ.)

Никипорец-Такигава Г. Ю. О роли Интернета в гражданском протесте: российский опыт в глобальном контексте // Вестник Института Кеннана в России. 2012. № 22. С. 13—24.

Nikiporets-Takigawa G. Yu. (2012) The role of the Internet in civil protest: Russian experience in global context. In: Kennan Institute's Vestnik in Russia. No. 22. P. 13—24. (In Russ.)

Радченко Д. А., Ксенофонтова И. В., Писаревская Д. Б. Логика виртуального протеста: Интернет после выборов // Мы не немцы! Антропология протеста в России 2011—2012 годах. Тарту : ЭЛМ, 2014.

Radchenko D. A. et al. (2014). The Logic of Virtual Protest: Internet after Elections. In: We Are Not Mute: Anthropology of Protest in Russia, 2011—2012. Tartu: ELM. (In Russ.)

Радченко Д. А. Политическое высказывание праздника: антисанкционная масленица // ШАГИ = STEPS. 2016а. Т. 2. Вып. 4. С. 265—291.

Radchenko D. A. (2016a) Political expression of a holiday: anti-sanction Maslenitsa. Shagi/STEPS. Vol.2. Issue 4. P. 265—291. (In Russ.)

Радченко Д. А. Сопротивление протесту: обсуждение «Антиплатона» в московской пробке // Городские тексты и практики. Т. 1: Символическое сопротивление / сост. А. С. Архипова, Д. А. Радченко. М. : ИД «Дело», 2016б. С. 174—186.*

Radchenko D. A. (2016b) Resistance to protest: discussion of «Antiplaton» in Moscow traffic jam. Urban texts and practices. Vol.1: Symbolic resistance. Moscow: ID «Delo». P. 174—186. (In Russ.)

Титков А. С. Восстание культурных механизмов : Протест как языковая игра // Социологическое обозрение. 2016а. Т. 15. № 2. С. 208—233.

Titkov A. S. (2016a) Culture Mechanisms in Rebellion: Protest as a Language Game. *Sotsiologicheskoe obozrenie [Sociological review]*. Vol. 15. No. 2. P. 208—233. (In Russ.)

Титков А. С. Белая лента 2011—2012 годов: политический символ в повседневном окружении // *Городские тексты и практики*. Т. 1: Символическое сопротивление / сост. А. С. Архипова*, Д. А. Радченко. М. : ИД «Дело», 2016б. С. 69—84.

Titkov A. S. (2016b) «White Ribbon» in 2011—2012: a political symbol in the everyday environment. In: *Urban texts and practices*. Vol.1: Symbolic resistance. Moscow: ID «Delo». P. 69—84. (In Russ.)

Югай Е. Ф., Архипова А. С. *, Крылова А. Б. «Вызов» и «маскировка»: политический активизм в маленьком городе // *Городские тексты и практики: коллективная монография*. М. : Дело, 2017. С. 222—239.

Yugai E. F. et al. (2016) Challenge' and 'camouflage': political activism in a small town. *Urban texts and practices*. Vol.1: Symbolic resistance. Moscow: Delo. P. 222—239. (In Russ.)

Alexander A., Aouragh M. (2011) The Egyptian Experience: Sense and Nonsense of the Internet Revolution. *International Journal of Communication*. No. 5. P. 1344—1358.

Arkhipova A. *, Doronin D., Iougai E., Kirziouk A., Radtchenko D., Titkov A., Volkova M. (2017) Légitimation et disqualification par l'histoire dans les manifestations de rue en Russie (2011—2016). *Le Mouvement Social*. Julliet—Septembre. P. 129—148. <https://doi.org/10.3917/lms.260.0129>.

Boellstorf T. (2016) For Whom the Ontology Turns: Theorizing the Digital Real. *Current Anthropology*. Vol. 57. No. 4. P. 387—407.

Descola P. (2014) Modes of being and forms of predication. *HAU: Journal of Ethnographic Theory*. Vol. 4. No. 1. P. 271—280. <http://dx.doi.org/10.14318/hau4.1.012>.

Gerbaudo P. (2012) *Tweets and the Streets: Social Media and Contemporary Activism*. London: Pluto.

Goffman E. (1974) *Frame Analysis. The Essay on Organization of Experiences*. Boston: Northeastern University Press.

Gray P. A. (2016) Memory, body, and the online researcher: Following Russian street demonstrations via social media. *American Ethnologist*. Vol. 43. No. 3. P. 500—510.

Jakobson R. (1960). Closing Statement: Linguistics and Poetics. In: Sebeok, Thomas A. (ed.) *Style in Language*. Cambridge, MA: MIT Press. P. 350—377.

Juris J. S. (2012) Reflections on #Occupy Everywhere: Social Media, Public Space, and Emerging Logics of Aggregation. *American Ethnologist*. Vol. 39. No. 2. P. 259—279. <https://doi.org/10.1111/j.1548-1425.2012.01362.x>.

Kahn R., Kellner D. (2004) New Media and Internet Activism: From the 'Battle of Seattle' to Blogging. *New Media Society*. No. 6. P. 87—95. <https://doi.org/10.1177/1461444804039908>.

Lotan G., Graeff E., Ananny M., Gaffney D., Pearce I., Boyd D. (2011) The Revolutions Were Tweeted: Information Flows during the 2011 Tunisian and Egyptian Revolutions. International Journal of Communication. Vol. 5. P. 1375—1405.

Rodgers J. (2003) Spatializing International Politics. Analysing Activism on the Internet. N. Y.: Routledge.

Rossi L., Neumayer C., Vulpius J. (2016) Images of Protest In Contested Social Media: Production, Propagation And Narratives. Paper presented at AoIR 2016: The 17th Annual Conference of the Association of Internet Researchers. Berlin.

Starbird K., Palen L. (2012) (How) Will the Revolution be Retweeted? Information Diffusion and the 2011 Egyptian Uprising. CSCW '12 Proceedings of the ACM 2012 conference on Computer Supported Cooperative Work. Seattle.

АНАЛИЗ И ИНТЕРПРЕТАЦИЯ

DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.03

Правильная ссылка на статью:

Глазков К. П. Механизмы соблюдения приличий в геолокационных играх // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 1. С. 36—59. DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.03.

For citation:

Glazkov K. P. Mechanisms for Maintaining Proprieties in Location-Based Mobile Games. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. 2018. № 1. P. 36—59. DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.03.



К. П. Глазков

МЕХАНИЗМЫ СОБЛЮДЕНИЯ ПРИЛИЧИЙ В ГЕОЛОКАЦИОННЫХ ИГРАХ

МЕХАНИЗМЫ СОБЛЮДЕНИЯ ПРИЛИЧИЙ В ГЕОЛОКАЦИОННЫХ ИГРАХ

ГЛАЗКОВ Константин Павлович — научный сотрудник Социологического института РАН — филиала Федерального научно-исследовательского социологического центра, Санкт-Петербург, Россия; преподаватель кафедры методов сбора и анализа социологической информации НИУ ВШЭ, аспирант департамента социологии НИУ ВШЭ, Москва, Россия.
E-MAIL: glazkov.konst@gmail.com
ORCID: 0000-0002-2211-1620

Аннотация. Мобильный интернет создает условия для расщепленного присутствия участников взаимодействия в дополненной реальности. Особенно это характерно для участников геоло-

MECHANISMS FOR MAINTAINING PROPRIETIES IN LOCATION-BASED MOBILE GAMES

Konstantin P. GLAZKOV^{1,2} — research fellow; lecturer and postgraduate student.
E-MAIL: glazkov.konst@gmail.com
ORCID: 0000-0002-2211-1620

¹ Sociological Institute of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences, St. Petersburg, Russia

² National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia

Abstract. Mobile internet provides conditions for the split presence of participants interacting in augmented reality. This is especially true for participants of location-based mobile games who move

кационных игр, которые перемещаются по улицам города и находятся среди других прохожих. Расщепленное присутствие означает, что присутствие в физическом окружении и присутствие в виртуальном окружении могут по-разному согласовываться между собой. Для игрового процесса важно постоянно соотносить местоположение других игроков и изменения на экране мобильного устройства, что актуализирует проблему соблюдения игроками принятых в обществе правил приличия. Для концептуализации того, что считать «приличным» в ситуациях с участием гаджетов, мы обращаемся к теоретическим ресурсам Ирвина Гофмана. По И. Гофману, приличия подразумевают поддержания присутствия среди других участников ситуации, которое распадается на два элемента: местоположение и вовлеченность в происходящее. Поддержание приличий обнаруживается в стремлении всех участников найти баланс между этими двумя элементами. Однако в геолокационных играх вероятность (рас)согласованности между местоположением и вовлеченностью возрастает, из-за чего задействуются несколько защитных механизмов распределения внимания среди участников взаимодействия: 1) постоянное наблюдение за окружающими, 2) уместное (не)игнорирование прохожих, 3) тотальное исключение из взаимодействия нечестных игроков, которые подменяют свое местоположение в игре. Эти механизмы обеспечивают «гладкость» протекания игры и возникающих по поводу нее публичных взаимодействий, границы которых включают теперь правила поведения как в офлайн-, так и в онлайн-среде. Методология эмпирического исследования опирается на десять

through the streets of the city and are among other passers-by. Split presence means that presence in the physical environment and presence in the virtual environment can have varying degrees of coherence. It is important in the game process to constantly correlate who is near and what happens on the screen of the mobile device that actualizes the problem of compliance of accepted rules of propriety. To conceptualize what is considered «proprieties» in situations involving gadgets, we turn to theoretical resources of Erving Goffman. According to E. Goffman, proprieties mean maintaining the presence among other participants of a situation, and it includes two elements: location and involvement in what is happening. The maintenance of proprieties is revealed in the desire of all participants to find a balance between these two elements. However, in location-based mobile games the possibility of (in)consistency between these two elements rises, and this triggers several protective mechanisms of attention distribution among participants of interaction: 1) constant monitoring of the surrounding, 2) appropriate (non) ignoring of passers-by, 3) total exclusion of cheaters who substitute their location in the game. These three mechanisms ensure the «smoothness» of the game and the resulting public interactions, the boundaries of which now include rules of conduct both in offline and online environments. The methodology of the empirical research is based on ten semi-structured interviews with the players of Ingress the Game and Pokémon Go, as well as multiple angles shooting of five game episodes. As a result of analysis of the collected video material, we see that users of location-based mobile games do not fall out of interactions with

полуструктурированных интервью с игроками Ingress the Game и Pokémon Go, а также мультиракурсную съемку пяти игровых эпизодов. В результате анализа собранного видеоматериала мы видим, что пользователи геолокационных игр не выпадают из взаимодействия с прохожими, продолжая отслеживать их реакции на свое присутствие в публичных местах, пытаясь к тому же нормализовать свой внешний вид. В условиях неспешной игры игроки тратят немало усилий, чтобы не казаться полностью поглощенными мобильными устройствами. Для этого они переключают внимание с экранов на прохожих, отвлекаясь на них. Однако поведение игроков существенно ограничено игнорированием реакций прохожих, что делает позицию игроков закрытой для спонтанного взаимодействия. Помимо того, что игроки внимательны к присутствию прохожих, они также щепетильно подходят к нечестным игрокам (читерам), которые подменяют координаты своего местоположения, что дает им возможность совершать игровые действия в тех местах, где их нет. В случае обнаружения таких случаев «живые» игроки перестают замечать действия читеров, исключая их из публичного взаимодействия.

Ключевые слова: мобильный телефон, мобильный интернет, правила приличия, вовлеченность, присутствие, геолокационные игры, И. Гофман

Благодарность. Исследование выполнено при поддержке гранта Российского научного фонда (проект РНФ No17-78-20164) «Социотехнические барьеры внедрения и использования информационных технологий в современной России: социологический анализ».

passers-by. They continue monitoring the reactions of passers-by to their presence in public places trying to normalize their appearance. In an unhurried game, players spend a lot of effort not to seem completely absorbed by mobile devices. To do this, players switch attention from screens to passers-by. However, the behavior of players is substantially limited by ignoring the reactions of passers-by, which makes the players' position closed to spontaneous interaction. In addition to the fact that players are attentive to the presence of passers-by, they are also scrupulous towards dishonest players (cheaters) who substitute their location, which allows them to play in places where they are not present. If it is detected, «live» players stop noticing the actions of cheaters excluding them from public interaction.

Keywords: mobile phone, mobile internet, public proprieties, involvement, presence, location-based mobile games, E. Goffman

Acknowledgment. The research is supported by the Russian Science Foundation grant (RSF No17-78-20164) «Sociotechnical barriers of the implementation and use of information technologies in Russia: sociological analysis».

«Быть на связи»: проблема доступности пользователей в геолокационных медиа

Использование мобильного телефона со всеми его функциями, начиная от звонков и заканчивая всевозможными приложениями, построено на принципах доступности и открытости пользователей, которые предполагают, что каждый пользователь становится соучастником происходящего. Доступность для удаленной коммуникации как на большом расстоянии, так и на экстремально близком, помещает любого пользователя в «группу риска», когда необходимо непрерывно быть готовым к неожиданным ситуациям. Если до эпохи мобильных телефонов в нее входили только представители некоторых профессий (диспетчеры, врачи), которые должны были постоянно держать под рукой пейджер (неслучайно по-итальянски пейджер — *semperserone*, что можно перевести как «ищу людей»), то теперь к этой группе относится каждый пользователь мобильных технологий [Феррарис, 2010]. На микроуровне доступность оборачивается «готовность[ю] к потенциальным взаимным включениям» [Гоффман, 2017: 181], которая ограничена условной зоной досягаемости. Например, «муж, уехавший из города по делам, может считаться находящимся «в пределах досягаемости» («in range») и обязанным каждый вечер звонить домой» [Гоффман, 2017: 178].

Современные пользователи мобильных технологий вынуждены присутствовать сразу во многих зонах досягаемости, пределы которых могут варьироваться от ситуаций физического соприсутствия до необходимости поддерживать подключенность к глобальным сетям коммуникации. Ситуации физического соприсутствия становятся потенциально более насыщенными с точки зрения вероятности столкновения с другими пользователями мобильных технологий. Так как технологии могут опосредовать возникновение ощущения близости, оповещая в различных сервисах (Facebook, Tinder) обо всех случайных пересечениях траекторий перемещения пользователей, переживание риска быть захваченным врасплох учитывается индивидами при организации своего публичного поведения. Риск здесь понимается как потенциальная возможность оказаться в зоне наблюдения знакомых и (еще) незнакомых людей. Например, в определенных обстоятельствах Facebook оповестит вашего друга, что вы поблизости от него собираетесь посетить мероприятие. Это не значит, что впредь вас будут постоянно одолевать сомнения, стоит ли отмечаться в мероприятиях и не пора ли запретить делиться геолокацией, дабы предотвратить какие-нибудь нежелательные встречи. Нет, просто теперь вы будете постоянно ощущать, что куда бы вы ни пошли, об этом могут узнать другие пользователи, равно как и вы про них.

Геолокационные медиа удаленно подключают индивида к глобальным сетям, но при этом используют особенности локальной обстановки и местности. Таким образом, использование даже самого обычного мобильного телефона повышает вероятность разнящегося определения ситуации, когда непонятно, что является доминирующим фактором: обстоятельства здесь-и-сейчас или факт опосредованной коммуникации с теми, кого здесь нет. Напряжение между локальным и глобальным делает публичные взаимодействия более неопределенными с точки зрения контекста, в которые они погружены.

В попытке задать корректное определение ситуации каждый индивид прикладывает усилия в пользу того или иного исхода публичного взаимодействия, пытаясь предугадать возможные реакции и навязать остальным свое понимание, что здесь происходит. «Любое действие представляет собой ставку на то, что мир устроен определенным образом, а участники события обладают какими-то атрибутами» [Соколов, 2017: 22]. Индивид во многом рискует, предлагая по мере распределения вовлеченности в происходящее здесь-и-сейчас собственную картину ситуации. Действовать приходится в условиях неопределенности.

Таким образом, мобильный доступ в интернет создает условия не только для «сжатия пространства» в терминах Дэвида Харви [Harvey, 1999], но и для более основательного погружения в локальный контекст происходящего. Мобильный интернет способствует установлению связей не только с теми, кого тут нет непосредственно (достаточно вспомнить варианты для обозначения этих дистанционных отношений: «отсутствующее/отложенное присутствие» Джона Урри [Урри, 2012], «постоянный контакт» Джеймс Каца и Марк Ахуса [Katz, Aakhus, 2002], «соединенное присутствие» Кристиана Ликоппа [Licoppe, 2004]), но и с теми, кто тут есть, но пока оставался для нас невидимым. Например, на собрании рабочей группы (на переговорах с бизнес-партнерами, на собрании факультета или диссовета) вы обнаруживаете, что часть из этих людей, с которыми вы до этого напрямую не общались, пользуются Tinder. Вы с легкостью узнаете из их профиля неведомые ранее детали биографии и смахиваете в нужную сторону. Оказавшись в нужном радиусе друг от друга, мы попадаем на радары, начинаем считываться друг другом, помещаемся в актуальный опыт переживания чужого присутствия.

Расширение локальных возможностей по установлению связей (как знакомств, так и мимолетных контактов) с помощью геолокационных медиа¹ создает несколько вызовов сложившимся понятиям «здесь», «место», «взаимодействие», «доступность». Во-первых, непонятно, что считать «здесь» и какое значение имеет это «здесь» [Gordon, Souza e Silva de, 2011]. Во-вторых, исключительно важно понять, почему глобальные сервисы и социальные сети так нуждаются в опоре на локальные сюжеты и, начиная с 2012 г., необратимо ориентируются на принцип «поблизости» [Wilken, 2014]. В-третьих, как обыватели справляются с необходимостью всегда «быть под рукой» и рисками непрерывной слежки со стороны разработчиков и других пользователей [Hulsey, Reeves, 2014]?

Задача этой статьи связана с рассмотрением того, как пользователи геолокационных медиа, в частности игр Ingress и Pokémon Go, пребывают в публичных местах. На наш взгляд, обозначенные выше проблемы («место», «взаимодей-

¹ Необходимо уточнить, что геолокационные медиа — это необязательно то, что работает с помощью технологии GPS или ГЛОНАСС. Сюда входит все то, что использует в своем функционировании информацию о местоположении. В этом ключе Маурицио Феррарис пишет об SMS как о геолокационных медиа, которые часто используются (вались) для согласования местоположения друг друга [Феррарис, 2010]. До появления технологии геолокационных систем позиционирования энтузиасты в области психогеографических приложений создавали геолокационные игры, построенные на простых технологических решениях, позволяющих быть более «чувствительным» к наступлению событий совместного пребывания в каких-то местах с другими пользователями. Например, в проекте 2002 г. Эрика Паулоса и Элизабет Гудман «Знакомые незнакомцы» включенный Bluetooth позволял участникам акции обнаружить человека, с телефоном которого их устройство уже устанавливало Bluetooth-соединение, тем самым попытаться выявить в потоке людей тех, с кем они уже пересекались, но кого до этого не замечали [Wilken, 2010: 458].

стве», «доступность») так или иначе раскрываются в конкретных ситуациях публичного использования геолокационных медиа. Чтобы лучше понять отношения между глобальным и локальным, удаленным и непосредственным, доступным и скрываемым, необходимо погрузиться в изучение ситуативных правил обращения с гаджетами на публике, которые обозначают границы дозволенного и уместного. В частности, нас будет интересовать, каковы правила соблюдения приличия во время участия в геолокационных играх, как они формируются и кем поддерживаются.

Правила приличия как институциональные ожидания и церемониал

Несмотря на то, что мобильная коммуникация основательно затрагивает проблемы публичного взаимодействия (достаточно вспомнить новый сборник Аны СерраноТеллера [Tellería, 2017]), наблюдается мало работ, которые бы делали акцент на изучение ситуационных оснований такого взаимодействия. По мнению Уолли Смита, подход Ирвина Гофмана к анализу ситуаций взаимодействия не используется широко в *Science & Technology Studies* [Smith, 2009: 477]. Возможно, это связано с тем, что в контексте изучения телесных практик и дисциплины подход И. Гофмана зачастую уступает место подходам Пьера Бурдьё и Мишеля Фуко [Whiteside, Kelly, 2016: 14].

Можно выделить несколько исследований, в которых реализуется гофмановский подход применительно к изучению взаимодействия с мобильным телефоном. Кристиан Ликопп [Licorpe, 2008] пишет, что в середине 2000-х годов у владельцев мобильных телефонов была возможность по-особому настраивать звонки — например, подбирать специальные рингтоны для разных контактов. Это помогает избежать публичного конфуза: неожиданный звонок отвлекает всех присутствующих и переключает их внимание на владельца телефона, который должен что-то с этим сделать: либо ответить на звонок, либо сбросить. Анализируя последующие изменения и рост популярности мессенджеров, К. Ликопп [Licorpe, 2010] обращает внимание на гегемонию вызывающего, в условиях которой пользователям приходится либо быть постоянно настороже и ждать новых сообщений, либо снижать личную доступность для звонков и персонализировать вызовы.

Активное использование мобильного телефона поднимает вопрос [Humphreys, 2005; Humphreys, 2016] о том, является ли он средством установления контакта между людьми или, наоборот, препятствием для взаимодействия (в терминах И. Гофмана — «экраном вовлеченности» [Гоффман, 2017: 113]). Однозначного ответа нет, однако существуют попытки показать, что с точки зрения конкретных активностей в публичных местах тезис об изоляции пользователей мобильного телефона и их неучастия в происходящем не подтверждается: устройства не мешают людям проводить много времени в скверах и на площадях, общаться в группах [Hampton, Goulet, Albanesius, 2015: 21].

В некоторых случаях, когда человеку нечего делать, но присутствовать без дела крайне неловко, мобильные устройства могут играть роль газеты, книги, четок и прочих мелких предметов, которые позволяют переключать внимание с окружающих и не казаться «назойливым». Это лишь частный пример «прилично-

го» использования гаджетов на публике. С другой стороны, очевидцы массового распространения мобильных телефонов в начале 2000-х годов хорошо помнят, насколько неуместными, и даже неприличными, казались разговоры по телефону в общественном транспорте, когда личная беседа помещалась в публичный контекст. В связи с этим противопоставлением возникает вопрос, как мы можем концептуализировать «приличия» и применять это понятие для описания публичного взаимодействия с участием мобильных устройств и интернета.

Если обратимся к работам И. Гофмана, откуда мы позаимствовали понятие «приличия», обнаружим, что он использует для его обозначения разные слова: приличия (*proprieties* [Goffman, 1971: 240]), внешний вид (*appearance* [Goffman, 1963: 25; Goffman, 1956a: 485]), умение держаться (*comportment* [Goffman, 1971: 211]), манеры (*manner* [Goffman, 1956b: 5; Goffman, 1963: 9]), наружность (*decorum* [Goffman, 1956b: 7], *guise* [Goffman, 1983: 5]), умение себя вести (*demeanor*) и почтительность (*deference*) [Goffman, 1956a; Goffman, 1967]. Объединяет все эти термины идея о том, что существует некая разметка взаимодействия (*traffic rules of interaction*) [Goffman, 1983: 5], которая не несет содержательной нагрузки с точки зрения передачи информации между индивидами, но обеспечивает необходимые условия для такой передачи.

У И. Гофмана можно выделить два разных понимания приличий. Первое значение (*appearance, manner, decorum, guise*) в большей степени связано с драматургическим подходом и важностью конструирования правильной видимости. Конструирование видимости в данном случае подчиняется социальным нормам и стандартам, которые распаковываются в зоне переднего плана в окружении публики [Goffman, 1956a: 27] и делятся на две группы: правила вежливости в беседе (регулируют устную речь и ее эквиваленты) и приличия. К последней группе норм относится «соблюдение исполнителем определенных ограничений в поведении, когда он находится в зоне видимости или слышимости, доступной для аудитории, но необязательно говорит с ней» [Гофман, 2000: 143—144]. Важно подчеркнуть, что приличия в первом значении подразумевают воплощение ролевых ожиданий [Potrac, Jones, Armour, 2002], следование которым позволяет окружающим считывать статус и положение индивида в конкретной обстановке [Enck, Preston, 1988]. Таким образом, драматургический вариант прочтения соблюдения приличий заключается в предположении, что, попадая в определенные обстоятельства (*settings*), индивид корректирует свой личный облик (*personal front*) с учетом коллективных ожиданий (*front*) [Whiteside, Kelly, 2016: 16]. Приличия в таком случае служат инструментом убеждения других участников в подлинности исполнения, в соответствии наблюдаемых действий намерениям участников. «Видимость» и «исполнение» подразумевают демонстративный аспект взаимодействия, в рамках которого ключевое значение приобретает предугадывание чужих ожиданий о том, как должны выглядеть ситуация и корректно ведущие себя участники.

В связи с проблемой подлинности исполнения возникает вопрос, искренне ли у И. Гофмана следование приличиям или оно носит исключительно манипулятивный характер. Шэрон Болтон, со ссылкой на Арли Рассел Хохшильд, Уильяма Кана и Энтони Гидденса, отмечают, что у И. Гофмана индивиды «эмоционально

отсутствуют», и это позволяет говорить о манипулятивном характере наблюдаемых действий участников взаимодействия [Bolton, 2001: 87]. Другая позиция на этот счет заключается в том, что для И. Гофмана исполнения не делятся на искренние и неискренние, для него более важен стиль или сознательность, с которой индивид стратегически пытается соответствовать возложенным на него ожиданиям [Tseëlon, 1992: 512].

Недостатком первого понимания приличий является институциональный контекст, который требуется для определения ролей, ожиданий, обстановки, статуса — всего того, что вынесено за скобки ситуации, но наполняет ее извне.

Второе понимание приличий (*demeanor*, *deference*) имеет более широкий характер. Оно затрагивает церемониальный аспект повседневной жизни, в частности, умение демонстрировать почтительное отношение к другим участникам (*deference*) и умение себя вести (*demeanor*). Сам И. Гофман подчеркивает, что это разделение носит исключительно аналитический характер, в то время как на практике это взаимообусловленные механизмы поддержания ситуации [Гофман, 2009: 103]. Отличие между ними заключается в том, что почтительность — это адресные ритуалы преподнесения и избегания другого, а умение человека себя вести неадресное, «обычно передается через осанку, одежду и умение держаться, что служит для него средством демонстрации присутствующим своих определенных желательных или нежелательных качеств» [Гофман, 2009: 98].

Более широкий контекст данного понимания связан с его церемониальным, или, лучше сказать, ритуальным, характером. Развивая логику Эмиля Дюркгейма, И. Гофман утверждает, что общество доверяет индивиду сохранность его и других Я. «Я — это отчасти церемониальная вещь, сакральный объект, к которому нужно относиться с должной ритуальной заботой и который, в свою очередь, должен представляться другим в правильном свете» [Гофман, 2009: с. 114]. То есть в отличие от первого понимания приличий, где демонстративное поведение вписывалось в институциональные ожидания и диспозиции, во втором случае мы видим трансцендентальное значение приличий, призванных оберегать сакральные основы общества.

Несмотря на масштабность второй трактовки приличий, она открывает для нас возможность максимально формально операционализировать, что считать приличным, а что нет. Разделение на почтительное отношение к другому и приличное поведение среди других позволяет задействовать имеющуюся у И. Гофмана концептуальную схему описания ситуации через сборище (*gathering*) и столкновение (*encounter*) [Goffman, 1961: 7—8]. В случае с почтительностью индивид демонстрирует уважительное отношение по отношению к конкретному человеку в ситуации сфокусированного взаимодействия, или, другими словами — столкновения. В то время как приличное поведение подразумевает уважительное отношение к сборищу, то есть ко всем участникам ситуации, но без конкретных взаимных включений. Таким образом, приличным будет такое поведение, которое позволит индивиду быть полноценным участником ситуации без угрозы для ее существования [Гофман, 2000: 255].

Теперь остается определить, что значит быть участником ситуации и какие существуют базовые механизмы предотвращения сцен и инцидентов, угрожающих ситуации².

Наше предложение заключается в том, что ключевым аспектом участия в ситуации является умение подбирать ситуативно уместную степень вовлеченности в происходящее [Misztal, 2001: 315]. Похожую трактовку мы можем найти в других эмпирических исследованиях, в которых рассматривались кейсы поиска сексуальных партнеров среди гомосексуалов [Green, 2011], обучения балетному мастерству [Whiteside, Kelly, 2016], отношений между пациентами и медсестрами [Bolton, 2001: 93], поведения ведущей радиопередачи [Kendall, 2004]. Во всех случаях акцент делается на том, как индивид поддерживает свое «присутствие» среди других и вступает во взаимные включения с конкретными участниками. Если резюмировать нашу логику, то исполнение публичных приличий является в таком случае собирательным термином, который подразумевает демонстрацию уважительного отношения к сборищам и к протекающим столкновениям. Что принимать за «уважение к сборищу» — вопрос неоднозначный, который требует конкретизации. Мы предлагаем сузить общепринятые приличия до умения присутствовать среди других членов сборища. По отношению к «присутствию» нам еще предстоит выдвинуть дополнительные требования в следующем разделе.

Данная логика рассмотрения избавлена от недостатков парсонсианского стиля, когда индивиды действуют, руководствуясь условиями, убеждениями, нормами, сложившимися заранее идентичностями и отношениями [Telles, 1980: 333]. Тем не менее в ней имеются не до конца проясненные моменты, связанные с вовлеченностью и присутствием участников. В частности, непонятно, как определяется уместная степень вовлеченности и что означает присутствовать. Предположим, что «должную» вовлеченность можно описать как поведение, когда «индивид не выглядит усталым, невовлеченным и поглощенным самим собой», когда «необходимо уметь уделять внимание другим, умея селективно подходить к главному и к «шуму»» [Telles, 1980: 326]. В случае с геолокационными медиа затруднение по поводу того, где именно сейчас протекает доминирующее взаимодействие, наиболее актуально. С помощью мобильного интернета индивид может присутствовать в конкретной локации, но при этом заниматься делами, которые носят опосредованный характер по отношению к происходящему здесь и сейчас. Да и что такое «здесь»? «Здесь» для присутствующих может переживаться по-разному, в контексте разных историй, людей и мест. Поэтому однозначно говорить о том, что люди, которые физически находятся в одном и тот же месте, разделяют одно и то же определение

² Возникают справедливые замечания, что считать «правильным» определением ситуации, откуда оно берется, как участникам удается распознавать содержательные и формальные особенности ситуации. К сожалению, однозначные ответы на эти вопросы лежат за пределами возможностей представленной теоретической рамки. Возможный вариант обратиться к теории фреймов не кажется столь удачным. В конечном итоге отсутствие первичного фрейма, релятивизм и равнозначность переключаемых между собой фреймов принесут не меньше проблем, чем решат. Остается только отслеживать определение ситуации через доминирующие фокусы внимания, которые тем самым указывают на то, что в сложившихся обстоятельствах является краеугольным камнем ситуации в целом. У фокуса внимания всегда есть субъект, который это внимание обращает. Или субъекты, которые совместно обращают внимание на один и тот же объект и демонстрируют это друг другу.

ситуации, а значит и являются участниками сборища, сложно. Другими словами, возникает вопрос, что значит «присутствовать» в ситуации.

Два понимания присутствия

Чтобы ответить на вопрос о присутствии в ситуации, обратимся к ключевым понятиям, в которых любая ситуация аналитически описывается у И. Гоффмана. Для описания ситуативных взаимодействий И. Гоффман выделяет три структурных понятия: столкновение, сборище и событие [Гоффман, 2017: 345]. Событие задает внешний контекст ситуации, сборище определяет членство в ситуации, столкновение описывает взаимные (не)включения между участниками ситуации. Образно взаимосвязь этих понятий можно представить в виде вложенных друг в друга кругов: в центре находится возможность вступить во взаимные включения с участниками, состав которых определяется членством в сборище, ограниченном пространственной обстановкой ситуации и внешним контекстом события или фрейма (см. рис. 1).

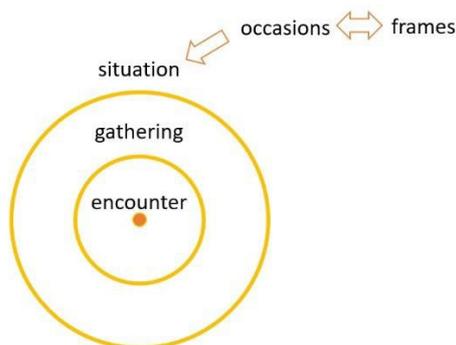


Рисунок 1. Структурные элементы микросоциологического анализа публичного взаимодействия

Если мы внимательно посмотрим на эту схему, то не обнаружим в ней важного компонента — присутствия. В рамках концепции И. Гоффмана присутствие рассматривается в качестве бесспорной посылки, с которой начинается микроанализ ситуаций взаимодействия. Присутствие выступает в качестве невидимого «клея» ситуации. Чтобы вывести из этой концепции присутствие, нам потребуется «расщепить» понятия ситуации, сборища и столкновения.

Первое понимание присутствия мы можем встретить у И. Гоффмана, когда он определяет понятия сборища и ситуации. Сборище — «любая совокупность двух и более индивидов, к которой относятся те и только те, кто в данный момент находится в непосредственном присутствии друг друга» [Гоффман, 2017: 77]. Ситуация — «вся пространственная среда, в любой точке которой появляющийся человек становится членом имеющегося <...> сборища» [там же].

Как мы видим, получается тавтологичная структура взаимного определения трех понятий (см. рис. 2, часть 1). Те, кто присутствуют, становятся частью сборища. Сборище определяет границы ситуации. Ситуация присовокупляет любого «появившегося» к сборищу. Получается, что присутствие в данном случае озна-

чает непосредственное физическое нахождение среди других, которое при этом подкрепляется возможностью для взаимного мониторинга действий участников.

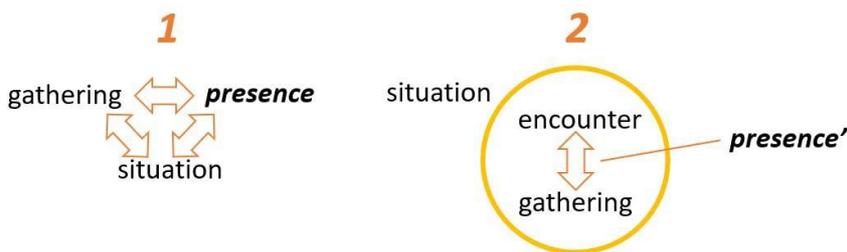


Рисунок 2. Два понимания термина «присутствие» в работах И. Гоффмана

Второе понимание присутствия проскальзывает, когда И. Гоффман переходит к описанию случаев недостаточного или, наоборот, грубого погружения в ситуацию. Собственно, всевозможные нарушения порядка взаимодействия (отрешенность, неконтактность, автововлеченность) и механизмы их избегания (вежливое невнимание, учтивость) возникают именно благодаря тому, что индивиды, которые находятся в непосредственной досягаемости друг к другу, как-то неправильно «присутствуют». «Присутствие» в таком случае подразумевает шаблон распределения вовлеченностей [Гоффман, 2017: 287], то есть способы распределения внимания между участниками практических решений того, что помещается в фокус внимания, а что остается на периферии.

Участники должны постоянно находить баланс между доступностью и тактичным невниманием. Доступность является «способом выражения ситуационного присутствия» через «готовность к потенциальным взаимным включениям» [Гоффман, 2017: 181]. В то время как «тактичные посторонние, нечаянно оказавшиеся в положении, из которого подслушивается чужое взаимодействие, для смягчения неловкости могут предложить спектакль отсутствия внимания и интереса с их стороны» [Гоффман, 2000: 279]. Структура ситуационных приличий предполагает, с одной стороны, поддержание тонаса взаимодействия [Гоффман, 2017: 86], а с другой — умение быть незаинтересованным и отстраненным.

Между этими двумя вариантами (фокусирования/расфокусирования внимания) возникает многообразная палитра того, как именно присутствующие могут управлять своим «присутствием». Применительно к мобильному телефону и интернету, которые предоставляют широкие возможности для «выключения» из происходящего, появляются вопросы, в каких случаях и как именно индивиду следует поддерживать свою вовлеченность в происходящее. Возможны разные варианты. Например, в одних случаях от индивида потребуется продемонстрировать, что он не выбирал отгораживаться от других, что его активная вовлеченность, направленная на себя или другие подходящие предметы, обусловлена важностью совершаемых дел, но никак не уклонением от других присутствующих. Или другая ситуация, когда индивид сознательно отгораживается от происходящего, но иногда, лишь в нужные моменты, включается

в происходящее. В таком случае индивид будет пытаться показать, что его вовлеченность полная и не прерывается ловко в нужные моменты, когда это ему выгодно. В противном случае индивид ощущает дискомфорт от того, что другие участники могут счесть его полный отказ от взаимодействия грубым, что заставляет камуфлировать вынужденное прерывание экрана вовлеченности. Примером такого экрана вовлеченности является опыт использования наушников [Глазков, 2018]. Со стороны человек в наушниках кажется недоступным, ему бессмысленно задавать вопросы, просить помощи или подсказки — все равно не услышит. Однако эта недоступность не абсолютна, часто она позволяет услышать название следующей станции в метро или предупредить о намерении выйти. Конечно, не всегда легко делать вид, что не слушаешь, когда слышно. Это требует дополнительных усилий, которые бы сделали переходы между доступностью и недоступностью более гладкими.

Дальнейшие наши размышления будут опираться на эмпирический материал, связанный с наблюдением за тем, как присутствуют в публичных местах игроки в геолокационные игры Ingress и Pokémon Go. Логика выбора этих кейсов схожа с той, что преследовал И. Щеглофф [Schegloff 1979: 24] при изучении телефонных разговоров. Обращаясь к анализу ситуативных взаимодействий, на которые наложены дополнительные ограничения и возможности опосредованной коммуникации, мы можем обстоятельно описать базовые основания поддержания присутствия и поддержания норм приличия вообще. В частности, мы обратимся к рассмотрению трех операций, которые вынуждены совершать игроки в рамках соблюдения приличий, чтобы поддерживать свое присутствие в публичных местах: мониторинг, игнорирование, тотальное исключение из публичного взаимодействия других прохожих и игроков [Гоффман, 2017: 161].

Методология исследования

Исследование опирается на десяти полуструктурированных интервью с игроками и видеоматериалы, собранные с мая 2016 по июнь 2017 г. с помощью мультиракурсной съемки пяти игровых эпизодов общей продолжительностью 244 минуты. Съемка включает фиксацию ракурса на игроков со стороны, ракурса от первого лица с креплением камеры на уровне головы игрока, а также запись изменений на экране мобильного устройства.

Таким образом, если обратиться к четырем принципам организации видеосъемки, предложенными А. Максимовой (подвижность камеры, выбор ракурса, аудиофиксация, открытость исследовательской позиции) [Максимова, 2017: 118—119], наш вариант съемки основывается на:

1. *подвижной* камере, которая следовала за игроками в их перемещениях по городу;
2. трех *ракурсах* происходящего, включающие позицию самого участника;
3. фиксации *аудио*, в том числе речи участников, звуков окружения и игры;
4. *открытой* съемке, где все игроки предупреждены об участии в исследовании.

Последующая обработка проведена с помощью выделения небольших видеофрагментов, на которых в наиболее явной форме наблюдается тот или иной механизм поддержания ситуативных приличий. Выделенный фрагмент подкреплялся

изучением происходящего в фрагменте, снятого с других ракурсов. Впоследствии фрагменты транскрибировались согласно принятым условным обозначениям речи [Atkinson, Heritage, 1984], переключения взглядов [Goodwin, 1981], других визуальных действий [Heath, Hindmarsh, Luff, 2010: 150—154].

В рамках данного текста выбор видеофрагментов производится исключительно исследователем и имеет цель скорее обозначить, чем окончательно доказать существование объективных механизмов поведения с мобильным телефоном в публичных местах. Тем не менее есть уверенность, что видеоанализ обладает методическим потенциалом для формализованного обнаружения и даже количественного описания повторяющихся образцов поведения. В частности, есть попытки делать подборки коротких видео, в которых демонстрируется разнообразие встречающихся практик, встроенных в одни и те же ситуации, что показывает их универсальность и объективную значимость. Однако ограничения бумажных и онлайн-публикаций, которые не приспособлены для проигрывания видеофрагментов, сильно препятствуют убедительности подобного рода аргументов.

Результаты

Кейс 1. «Робкий» игрок: мониторинг и (не)игнорирование других

В геолокационной игре Ingress the Game (предшественник Pokémon Go, выпущенный разработчиком Niantic в 2012 г.) группа из 20 игроков собралась в окрестностях Тверского бульвара, Москва, в апреле 2017 г., чтобы по случаю Пасхи «нарисовать» на карте пасхального кролика. Механика игры строится на противостоянии двух команд (зеленые Enlightened и синие Resistance), задача которых, перемещаясь по городу, захватывать и контролировать как можно больше пространства. Иногда команды придумывают сложные операции, в рамках которых их задачей становится составить узор из захваченных фрагментов пространства — так называемый филд арт (field art).

В рамках «пасхальной» операции каждый участник заранее получил маршрутный лист, по которому он должен был пройти, захватить игровые порталы (геотеги, дублирующие на игровой карте местоположение достопримечательностей в городе), перекрасив их в командный зеленый цвет, затем соединить «линками» (links) захваченные порталы между собой специальным образом, в результате чего команда за счет слаженных усилий должна за 15 минут операции получить на карте следующий узор (см. рис. 3). Помимо зеленой команды существуют игроки синей команды, которые могли случайно оказаться поблизости от операции и помешать осуществлению плана. Поэтому зеленым приходилось действовать слаженно и быстро.

Герой наблюдения исправно справлялся с задачами из маршрутного листа. Никакого спонтанного сопротивления со стороны случайно играющих поблизости соперников по ходу выполнения миссии не встретил. Все шло хорошо, но в какой-то момент у него возникла проблема, связанная с тем, что нужный портал оказался недостижим с бульварного кольца — надо было сойти с бульвара в соседние дворы, чтобы подойти поближе. Радиус взаимодействия с порталами в Ingress составляет

40 метров, поэтому герою пришлось срочно найти возможность подойти к этому месту на нужное расстояние, к тому же в условиях спешки и при отсутствии четких предписаний, как идти (см. рис. 4).



Рисунок 3. Пасхальный кролик из соединенных игровых порталов на карте в Ingress the Game³

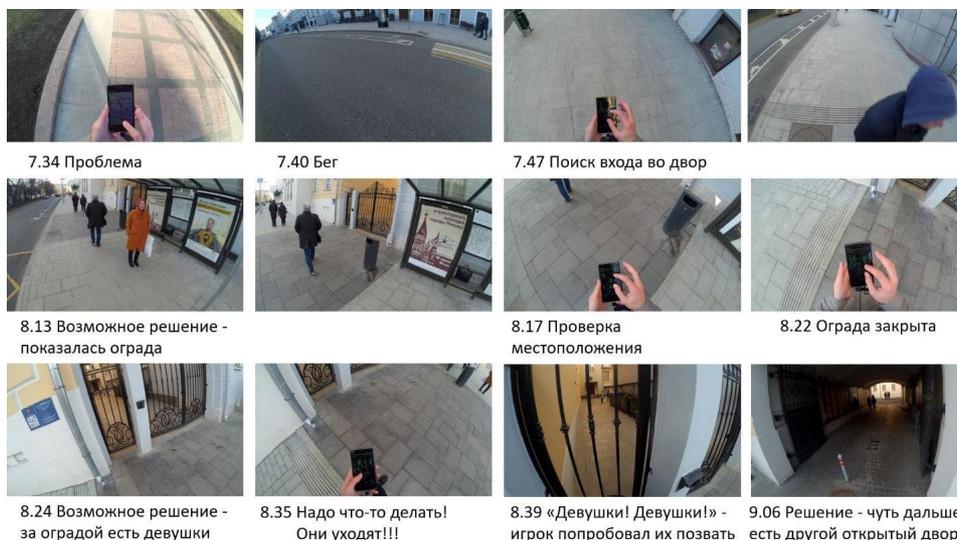


Рисунок 4. План от первого лица и хронометраж событий в игровом эпизоде Ingress⁴

³ Карта с движениями игроков и результатом операции — <https://drive.google.com/file/d/1KKVMC05SDnkjrcxsgt4SCVOVLhhVCRqL/view?usp=sharing>.

⁴ Ссылка на видеотреггер — https://drive.google.com/file/d/1Xdw-voJmMEtX08L_JFnB8tiaDo7GPe5m/view?usp=sharing.

Важно детально отследить, как именно игрок в такой ситуации справлялся с возникшей проблемой. Поначалу он пытался за счет ускорения шага поскорее найти ближайшие точки доступа во двор. Но фасадная сторона зданий была некоторое время непрерывна, после чего сменилась закрытой оградой. Примечательно, что до этого момента игрок не пытался обратиться за помощью к кому-нибудь из прохожих, спросить дорогу и т. д., предпочитая избегать любые возможные контакты и будучи поглощенным игровым процессом. Это хорошо передает съемка от первого лица, по которой видно, что основную часть внимания игрока занимает экран телефона, и лишь на периферии видимости иногда возникают люди. Примечательно, что до начала операции, когда игрок еще не находился в ситуации нехватки времени и риска подвести товарищей, при приближении навстречу других прохожих он старался скрывать вовлеченность в манипуляции с телефоном. Это заметно на кадрах ниже (см. рис. 5).

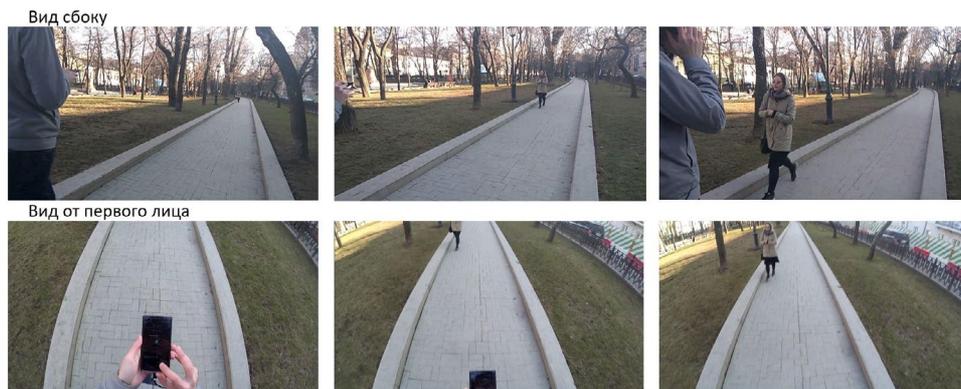


Рисунок 5. Игрок начинает поправлять гарнитуру, когда по бульвару навстречу идет девушка⁵

В случае с закрытой оградой от игрока потребовалось получить доступ внутрь, из-за чего была предпринята отчаянная попытка обратиться к случайным прохожим. В частности, после того как игрок оценил, что его местоположение все еще не позволяет «дотянуться» до игрового портала и что тот находится уже где-то совсем близко, он увидел за забором двух девушек, которые о чем-то беседовали. Чтобы сойти с бульвара и добежать до двора за закрытой оградой, ему потребовалось 39 секунд. Потом еще девять секунд на то, чтобы убедиться, что это тот самый двор, попав в который, он сможет выполнить возложенное на него задание. И еще целых 15 секунд, чтобы обратиться к девушкам за оградой с просьбой открыть ему дверь (см. рис. 6).

⁵ Ссылка на видеофрагмент — <https://drive.google.com/file/d/1VhW7KPbPMG6V5c-0hm6uAvkPStY9m173/view?usp=sharing>.



Рисунок 6. Игрок не решается обратиться к девушкам за помощью⁶

Сравнивая эти величины, важно понимать, что осознание проблемы, поиск решения, бег, проверка по карте местоположения — это все сложные операции, требующие немало времени. Игрок проявил недюжинную сноровку, совершив это все очень быстро, как требовала того спешность самой операции. На фоне этих молниеносных реакций 15 секунд тягостных раздумий о том, стоит ли обращаться к случайным девушкам за помощью или нет, занимают существенную долю игрового времени. Видно, что в этот интервал игрок решался нарушить негласное правило избегания контактов с посторонними в процессе игры. Другими словами, вариант «присутствия» игрока среди других прохожих подразумевал лишь вынужденные жесты несфокусированного взаимодействия и полное отсутствие сфокусированного взаимодействия (взаимных включений). Если до начала операции игрок пытался маскировать игровую активность, то во время операции он даже позволил себе обратиться к прохожим за помощью, чтобы они помогли ему пройти за закрытую ограду. В ходе решения возникшей игровой проблемы, которая вынудила его пробежаться вдоль бульвара, герой наверняка почувствовал, что привлекает к себе много внимания (см. рис. 7). Но с этим дискомфортом ему приходится мириться и делать вид, что он ничего не замечает.



Рисунок 7. Игрока рассматривают другие прохожие⁷

⁶ Ссылка на видеофрагмент — https://drive.google.com/file/d/1Jc6hmQJeMveN9Py5m_9HMdD9QSY3zDi_/view?usp=sharing.

⁷ Ссылка на видеофрагмент — <https://drive.google.com/file/d/1P0IURBaOMLPdceWsjAWIYM-beE30IDrX/view?usp=sharing>.

Чаще всего присутствие не-игроков слабо считается и заканчивается сразу после того, как их выдает абсолютная безучастность к происходящему в игре. Они заняты чем-то другим, идут в другом темпе, не делают странных остановок и зигзагов, в руках или рюкзаке не держат портативную зарядку, не смотрят в телефон, а если и смотрят, то кому-то звонят, пишут SMS («Начинаешь быстро отличать, когда люди тыкают сообщения по всему экрану, а когда играют» — из интервью с игроком в Rokéton Go), делают фото и т. д. Когда человек распознается как не-игрок, он почти полностью пропадает из поля практических операций игроков. Случай с закрытым забором вынудил игрока актуализировать возможность потенциального контакта с прохожими. И хотя опыт был провальным (наш герой так долго настраивался позвать девушек, что те успели скрыться за поворотом во дворе), он показал, насколько закрытой является позиция игрока [Гоффман, 2017: 206—216], делая его практически недоступным для окружающих, и наоборот.

Кейс 2. Читеры и боты: тотальное исключение из публичного взаимодействия

Второй сюжет, который мы затронем в рамках рассмотрения казусов публичного взаимодействия в геолокационных играх, касается присутствия в игре нечестных игроков (читеров), которые подменяют координаты своего местоположения во время игры, что позволяет им совершать игровые действия в местах, где их нет. Под «присутствием» в данном случае подразумеваются механизмы, с помощью которых «живым» игрокам удается в игровой ситуации идентифицировать факт того, что рядом с ними находится читер. Как мы уже писали, игровая механика строится на необходимости совершать реальные физические перемещения по местности. Однако некоторые игроки прибегают к внешним алгоритмам и программам, которые позволяют «посещать» разные места на карте, при этом не перемещаясь, то есть подменяя свое местоположение (по-английски spoofing). Такая нечестная игра считается одним из самых серьезных нарушений правил и в случае обнаружения ведет к блокировке игрового аккаунта со стороны разработчика.

Во-первых, переживание присутствия других игроков, как настоящих, так и ботов, основывается на стереотипных оценках риска встретить кого-то в конкретном месте и времени.

«Если рядом будет агент противника, он, скорее всего, просто снесет, и будет не так красиво. Итоговая картинка проживет полноценно несколько минут, если мы успеем до того, как нас обнаружат. Сейчас выходной, поэтому по центру гуляют противники, и чисто статистически можно напороться на кого-то» (из интервью с игроком, Ingress the Game).

Во-вторых, помимо подозрений игрок опирается на мониторинг сложившихся обстоятельств, пытаясь установить факт присутствия настоящего игрока в месте, где произошли изменения в игре. Если среди прохожих не получается обнаружить подходящего кандидата на роль игрока, то на основании масштаба изменений на игровой карте выдвигаются предположения, мог ли чисто физически настоящий игрок совершить данные игровые действия.

«Все же в большинстве случаев верят. Есть все же «презумпция веры». Но бывает, что никто нигде не слышал такого игрока и ровно на этом портале, за пять минут, что-то

делает. То есть слишком быстро, слишком легко и палевно. В таких случаях возникают подозрения» (из интервью с игроком, Ingress the Game).

В отличие от Pokémon Go, в Ingress встроен чат для связи между игроками, с помощью которого можно обратиться к любому игроку, зная его ник. Это дает любопытный инструмент для верификации благонадежности игрока. Если по отношению к кому-то возникают подозрения, что он играет нечестно, то все равно ему дается шанс снять все обвинения с помощью самого сильного аргумента — предъявления физического тела.

«Просят пруф. На самом деле, по правилам игры, у него нет обязанности предоставлять доказательства. Он не обязан. И там нет такого, что люди должны выходить, показывать, что играют. Они не должны показывать себя. То есть если они не хотят, чтобы их видели, то они могут и дальше прикидываться, что не играют. У них нет обязательств показывать, что они играют. Например, человек в ста метрах от тебя. Ты пишешь: «Выйди, я на тебя посмотрю». Но это в основном из-за паранойи, что человек — спуфер, или по-русски — вертолетчик, летающий. В основном из-за этой паранойи, что это может быть не живой человек» (из интервью с игроком, Ingress the Game).

Важно отметить, что предъявление физического тела самими игроками может восприниматься как не очень приятная обязанность. Игра не должна заставлять тебя кому-то что-то доказывать. Но в противном случае есть риск, что тебя сочтут ботом. Это, в свою очередь, приводит к потере публичных прав. Для других бот становится «пустым местом».

«Бывает так, что ты видишь какие-то действия, производимые в игре, но понимаешь, что их не делает реальный человек. Например, ты не видишь никого рядом и сопоставляешь, что кто-то что-то делает, значит, это бот. В таких случаях я предпочитаю с ним не бороться, как будто он пустое место. То есть ничего не предпринимать в связи с ним» (из интервью с игроком, Pokémon Go).

В результате обнаружения подмены местоположения, использования аккаунтов, привязанных к устройствам, которые находятся в других городах, а также нескольких аккаунтов с разных устройств игрок, который играет нечестно, перестает присутствовать среди других игроков. Даже продолжая играть, он превращается в пустое место, с которым никто не считается и которого не принято замечать. Таким образом, возможность функционирования дополненной реальности находится в сильной зависимости от физических ограничений, ключевые из которых — необходимость местонахождения и вовлеченность реального тела в происходящее здесь-и-сейчас.

Возможно, исключение читеров из публичного взаимодействия важно ничуть не меньше, чем реагирование на присутствие обычных прохожих. Если игрок допускает равноправное взаимодействие с читером, то он тем самым признает правомочность неуважения к публичным приличиям и правилам соприсутствия в онлайн- и офлайн-сборищах. Публичное взаимодействие строится на том, кого мы признаем достойным в качестве полноценного участника ситуации, а кого нет. Неуважение к читерам подчеркивает тот факт, что поддержание приличий требуют лишь те, кто находится в этом месте, даже если они занимаются чем-то другим и не разделяют наше видение ситуации. Таким образом местоположение является базовым условием для установления мониторинга и первичных контак-

тов между участниками, после чего каждый из них пытается обнаружить баланс своей вовлеченности в происходящее.

Заключение

Мы попытались реконструировать логику ситуационного анализа публичных взаимодействий в геолокационных играх Ingress и Pokémon Go. Пребывание игроков в публичных местах ставит перед нами проблему распределения вовлеченности между происходящим в актуальном окружении и на экране мобильных устройств. В предыдущих исследованиях [Глазков, 2017] нам удалось показать, что существенную долю игрового времени и усилий игроки тратят на поддержание правил приличий и своего присутствия среди других прохожих и игроков. То есть полноценное участие в игре немыслимо без выстраивания отношений с уличной публикой. В связи с этим возник ряд вопросов. Что считать «приличным» при взаимодействии с другими прохожими и игроками? Как определить «присутствие» игрока в ситуации?

В данной работе мы сравнили два подхода к определению приличий у И. Гофмана. Оба подхода исходят из того, что существуют правила для сфокусированного взаимодействия (ведения вежливой беседы или ее эквивалента, выражения почтительности к конкретному индивиду) и для несфокусированного взаимодействия (поведение в зоне видимости, исполнение приличий по отношению к сборищу). Разница между ними кроется в ответе на вопрос, откуда берутся эти правила. В первом случае, назовем это парсонсианское объяснение, источник правил помещается в институциональный контекст взаимодействия, который предоставляет необходимые сведения о статусных диспозициях и ролевых ожиданиях, которые «распаковываются» в нужных ситуациях. Во втором случае, назовем это дюркгеймианское объяснение, правила берутся из условной сделки между индивидом и обществом, суть которой заключается в сакральной необходимости поддержания уважительного отношения к другим индивидам и сборищам. Оба варианта вынуждены отсылать к метафизическим сущностям, которые мы никогда не найдем в ситуации публичного взаимодействия. Тем не менее, приняв на себя ограничение анализировать только то, что можно вынести из ситуации, мы решили свести анализ публичных приличий к рассмотрению «уважительного» распределения внимания индивида между происходящим и другими участниками.

В случае с участниками геолокационных игр распределение внимания требует уточнения круга лиц, применительно к которым будут соблюдаться приличия и выражаться почтительность. Во-первых, потому что помимо прохожих игроки могут встретить здесь и сейчас других игроков, переживание присутствия которых обусловлено факторами геолокации и онлайн-изменений на игровой карте в мобильном приложении. Во-вторых, потому что вычисление других игроков среди прохожих требует постоянного соотнесения между онлайн-изменениями и местоположением встречаемых людей на улице. В-третьих, потому что поведение применительно к обычным прохожим также регламентируется правилами поведения на публике, исполнение которых не менее важно, чем выполнение игровых целей и задач.

Мы показали, что соблюдение приличий при публичном взаимодействии требует поддержания присутствия среди других. Присутствие может означать не только физическое местонахождение в конкретной обстановке, которое делает возможным взаимный мониторинг всех участников сборища, но и должное вовлечение в происходящее.

На примере двух кейсов мы разобрали специфику работы трех механизмов поддержания присутствия в геолокационных играх: мониторинга, игнорирования и тотального исключения. По отношению к прохожим игроки занимают дистанцированную позицию, снижающую возможность взаимных включений как со стороны прохожих, так и со стороны игрока. То есть интенсивное погружение в игровой процесс создает внешний вид отрешенности игроков, что существенно выключает их из происходящего в актуальной обстановке. Тем не менее это не означает, что игроки совсем не учитывают присутствия обычных прохожих. Напротив, эпизодическая демонстрация резервов вовлеченности, умение в нужные моменты переключиться на происходящее, сделать вид, что ты замечаешь других людей — являются неотъемлемой частью игрового процесса, занимающей его существенную долю. Помимо церемониального аспекта оказания уважительного отношения к случайным уличным сборищам игроки отслеживают присутствие прохожих, преследуя в том числе и игровые цели по обнаружению других игроков. Необходимость такой идентификации требует от игрока умения согласовывать поступающие онлайн-изменения на экране мобильного устройства и местонахождение встречных, а также умения считывать их нарушения вовлеченности, аналогичные тем, что допускают сами. При возникновении рассогласованности между местоположением других прохожих и совершаемыми действиями на онлайн-карте игроки пытаются устранить возникающие подозрения в подмене координат за счет предоставления доказательств своего присутствия в той или иной локации (фото, непосредственное знакомство). В противном случае подозрительный игрок рискует быть воспринятым как читер или бот, что влечет за собой тотальное исключение из публичного взаимодействия. Это выражается в том, что совершаемые читером игровые действия не заслуживают ответных реакций со стороны «живых» игроков, а сами читеры перестают быть частью публики.

Описанные три механизма поддержания приличий и присутствия в публичных местах справедливы для ситуаций как опосредованной, так и неопосредованной коммуникации. Тем не менее нарастающее проникновение и дополнение онлайн- и офлайн-сред ставит перед нами новые вызовы. На примере взаимодействия игроков мы заметили, что два компонента присутствия (местонахождение и вовлеченность) все так же могут оставаться рассогласованными друг с другом, что ставит под угрозу следование публичным приличиям перед уличными сборищами. Однако если прежде риск неподобающего «присутствия» таился в степени вовлеченности, то в случае с геолокационными взаимодействиями присутствие в первую очередь подрывается с точки зрения местонахождения. «Действительно ли те изменения, которые я вижу на экране своего телефона, и тот отпор, который оказывает мне противник, вызваны физическим присутствием другого человека?» — вот какой вопрос впредь вынужден снова и снова задавать себе пользователь. Мнимые участники сборища, которые умудряются поддерживать вовлеченность в проис-

ходящее «где-то там и сейчас», встречают от других игроков сухое и настойчивое требование «Яви себя!». В итоге исполнение публичных приличий подразумевает постепенное развитие навыков у публики по распознаванию видимых манипуляций с гаджетами. Таким образом, распространение мобильных технологий и сервисов сопряжено с накоплением опыта их публичного использования, умением демонстрировать свое присутствие, делиться своим местоположением и доказывать свою публичность.

Список литературы (References)

Глазков К. Телесное присутствие в геолокационных играх. Часть 1 // Социология власти. 2017. (в печати).

Glazkov K. (2017). (in print) Physical presence in location-based games. Part 1. Sociology of power. (In Russ.)

Глазков К. Распутанная история: мобильный телефон с наушниками как источник портативной вовлеченности // Сборник научно-практической конференции «Интернет по ту сторону цифр». 2018. С. 59—70. URL: <https://eu.spb.ru/images/arcticstudies/internet-po-tu-storonu.pdf> (дата обращения: 26.02.2018).

Glazkov K. (2018) Untangled story: mobile phone with headsets as a source of portable involvement. Proceedings of the scientific-practical conference «Internet beyond digits». P. 59—70. Available at: <https://eu.spb.ru/images/arcticstudies/internet-po-tu-storonu.pdf> (accessed: 26.02.2018) (In Russ.)

Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. М. : Канон-Пресс-Ц, Кучково поле, 2000.

Goffman E. (2000) The presentation of self in everyday life. Moscow: Kanon-Press-Ts, Kuchkovo pole. (In Russ.)

Гофман Э. Ритуал взаимодействия. Очерки поведения лицом к лицу. М. : Смысл, 2009.

Goffman E. (2009) Interaction ritual. Essays in Face-to-face Behavior. Moscow: Smysl. (In Russ.)

Гоффман Э. Поведение в публичных местах: заметки о социальной организации сборищ. М. : Элементарные формы. 2017.

Goffman E. (2017) Behavior in public places: notes on the social organization of gatherings. Moscow: Elementarnye formy. (In Russ.)

Максимова А. Порядок социального взаимодействия в научно-техническом музее: возможности микросоциологического подхода : дисс. ... к-та соц. наук. 2017. URL: (https://www.hse.ru/data/xf/188/596/1170/Диссертация_Максимова.pdf) (дата обращения: 26.02.2018).

Maksimova A. (2017) [Social interaction order in a science and technology museum: opportunities for micro-sociological approach. Cand. Sci. (Soc.) Thesis. Available at: https://www.hse.ru/data/xf/188/596/1170/Диссертация_Максимова.pdf (accessed: 26.02.2018) (In Russ.)

- Соколов М. М. Предисловие // Поведение в публичных местах: заметки о социальной организации сборищ. М. : Элементарные формы, 2017. С. 9—54.
- Sokolov M. M. (2017) Introduction. In: Behavior in public places: notes on the social organization of gatherings. Moscow: Elementarnye formy. P. 9—54. (In Russ.)
- Урри Д. Мобильности. М. : Издательская и консалтинговая группа «Праксис», 2012.
- Urry J. (2012) Mobilities. Moscow: Izdatel'skaya i konsaltingovaya grupa «Praksis».
- Феррарис М. Ты где? Онтология мобильного телефона. М. : Новое литературное обозрение. 2010.
- Ferraris M. (2010) Where Are You? An Ontology of the Cell Phone. (In Russ.)
- Atkinson J. M., Heritage J. C. (eds.) (1984) Structures of Social Action: Studies in Conversation Analysis. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bolton S. (2001) Changing faces: nurses as emotional jugglers. *Sociology of Health and Illness*. Vol. 23. No. 1. P. 85—100.
- Enck C. E., Preston J. D. (1988) Counterfeit intimacy: A dramaturgical analysis of an erotic performance. *Deviant Behavior*. Vol. 9. No. 4. P. 369—381. <https://doi.org/10.1080/01639625.1988.9967792>.
- Goffman E. (1956a) The Nature of Deference and Demeanor. *American Anthropologist*. Vol. 58. No. 3. P. 473—502. <https://doi.org/10.1525/aa.1956.58.3.02a00070>.
- Goffman E. (1956b) The Presentation of Self in Everyday Life. Edinburgh: University of Edinburgh.
- Goffman E. (1961) Encounters: Two Studies in the Sociology of Interaction. Ringwood: Penguin University Books.
- Goffman E. (1963) Behavior in Public Places. Notes on the Social Organization of Gatherings. New York: THE FREE PRESS.
- Goffman E. (1967) Interaction Ritual: Essays in Face to Face Behavior. New York: Pantheon Books.
- Goffman E. (1971) Relations in Public: Microstudies of the Public Order. New York: Basic Books, Inc.
- Goffman E. (1983) The Interaction Order: American Sociological Association, 1982 presidential address. *American Sociological Review*. Vol. 48. No. 1. P. 1—17. <http://dx.doi.org/10.2307/2095141>.
- Goodwin C. (1981) Conversational Organization: Interaction between Speakers and Hearers. New York: Academic Press.
- Gordon E., Souza e Silva A. de. (2011) Net Locality: Why Location Matters in a Networked World. Oxford: Blackwell Publishing.
- Green A. I. (2011) Playing the (Sexual) Field: The Interactional Basis of Systems of Sexual Stratification. *Social Psychology Quarterly*. Vol. 74. No. 3. P. 244—266. <https://doi.org/10.1177/01902725111416606>.

Hampton K. N., Goulet L. S., Albanesius G. (2015) Change in the Social Life of Urban Public Spaces: The Rise of Mobile Phones and Women, and the Decline of Aloneness Over Thirty Years.

Urban Studies. Vol. 52. No. 8. P. 1489—1504. <https://doi.org/10.1177/0042098014534905>.

Harvey D. (1999) Time-space compression and the postmodern condition. In: Waters M. (ed.) *Modernity: Critical Concepts*. London: Routledge. P. 98—118.

Heath C., Hindmarsh J., Luff P. (2010) Video in Qualitative Research (Introducing Qualitative Methods series): Analysing Social Interaction in Everyday Life. London: Sage.

Hulsey N., Reeves J. (2014) The gift that keeps on giving: Google, ingress, and the gift of surveillance. *Surveillance & Society*. Vol. 12. No. 3. P. 389—400.

Humphreys L. (2005) Cellphones in public: social interactions in a wireless era. *New Media & Society*. Vol. 7. No. 6. P. 810—833. <https://doi.org/10.1177/1461444805058164>.

Humphreys L. (2016) Involvement shield or social catalyst: Thoughts on sociospatial practice of Pokémon GO. *Mobile Media & Communication*. Vol. 5. No. 1. P. 15—19. <https://doi.org/10.1177/2050157916677864>.

Katz J. E., Aakhus M. (eds.) (2002) *Perpetual contact: Mobile communication, private talk, public performance*. Cambridge; New York: Cambridge University Press.

Kendall S. (2004) Framing Authority: Gender, Face, and Mitigation at a Radio Network. *Discourse & Society*. Vol. 15. No. 1. P. 55—79. <https://doi.org/10.1177/0957926504038946>.

Licoppe C. (2010) «The crisis of the summon’: a transformation in the pragmatics of notifications from the phone ring to instant messaging. *The Information Society*. Vol. 26. No. 4. P. 288—302.

Licoppe C. (2008) The Mobile Phone’s Ring. In: *Handbook of Mobile Communication Studies*. Cambridge: MIT Press. P. 139—152.

Licoppe C. (2004) «Connected» presence: The emergence of a new repertoire for managing social relationships in a changing communication technoscape. *Environment and Planning D: Society and Space*. Vol. 22. No. 1. P. 135—156. <https://doi.org/10.1068/d323t>.

Misztal B. A. (2001) Normality and Trust in Goffman’s Theory of Interaction Order. *Sociological Theory*. Vol. 19. No. 3. P. 312—324. <https://doi.org/10.1111/0735-2751.00143>.

Potrac P., Jones R., Armour K. (2002) «It’s All about Getting Respect»: The Coaching Behaviors of an Expert English Soccer Coach. *Sport, Education and Society*. Vol. 7. No. 2. P. 183—202. <https://doi.org/10.1080/1357332022000018869>.

Schegloff E. A. (1979) Identification and recognition in telephone conversation openings. In: G. Psathas (ed.), *Everyday Language: Studies in Ethnomethodology*. New York: Irvington Publishers. P. 23—78.

Smith W. (2009) Theatre of Use: A Frame Analysis of Information Technology Demonstrations.

Social Studies of Science. Vol. 39. No. 3. P. 449—480. <https://doi.org/10.1177/0306312708101978>.

Tellería A. S. (2017) Between the Public and Private in Mobile Communication. New York: Routledge.

Telles J. L. (1980) The Social Nature of Demeanor. *Sociological Quarterly*. Vol. 21. No. 3. P. 321—334.

Tseëlon E. (1992) Self presentation through appearance: a manipulative vs. a dramaturgical approach. *Symbolic Interaction*. Vol. 15. No. 4. P. 501—514. <https://doi.org/10.1525/si.1992.15.4.501>.

Whiteside B., Kelly J. (2016) The presentation of self in the classical ballet class: dancing with Erving Goffman. *Research in Dance Education*. Vol. 17. No. 1. P. 14—27. <https://doi.org/10.1080/14647893.2015.1110570>.

Wilken R. (2010) A Community of Strangers? Mobile Media, Art, Tactility and Urban Encounters with the Other. *Mobilities*. Vol. 5. No. 4. P. 449—468. <https://doi.org/10.1080/17450101.2010.510330>.

Wilken R. (2014) Places Nearby: Facebook as a Location-based Social Media Platform. *New Media & Society*. Vol. 16. No. 7. P. 1087—1103. <https://doi.org/10.1177/1461444814543997>.

АНАЛИЗ И ИНТЕРПРЕТАЦИЯ

DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.04

Правильная ссылка на статью:

Руденко Н. И., Широков А. А. Анатомия хайпа вокруг No Man's Sky: интернет-платформы и барьеры демонстрации видеоигр // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 1. С. 60—80. DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.04.

For citation:

Rudenko N. I., Shirokov A. A. Anatomy of hype about 'No Man's Sky': online platforms and barriers to video game demonstrations. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. 2018. № 1. P. 60—80. DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.04.



Н. И. Руденко, А. А. Широков

АНАТОМИЯ ХАЙПА ВОКРУГ NO MAN'S SKY: ИНТЕРНЕТ-ПЛАТФОРМЫ И БАРЬЕРЫ ДЕМОНСТРАЦИИ ВИДЕОИГР

АНАТОМИЯ ХАЙПА ВОКРУГ NO MAN'S SKY: ИНТЕРНЕТ-ПЛАТФОРМЫ И БАРЬЕРЫ ДЕМОНСТРАЦИИ ВИДЕОИГР

ANATOMY OF HYPE ABOUT 'NO MAN'S SKY': ONLINE PLATFORMS AND BARRIERS TO VIDEO GAME DEMONSTRATIONS

РУДЕНКО Николай Иванович — кандидат социологических наук, старший научный сотрудник Социологического института Российской академии наук (филиала ФНИСЦ РАН), научный сотрудник Центра исследований науки и технологий Европейского Университета в Санкт-Петербурге, Санкт-Петербург, Россия.

*E-MAIL: diogenstyx@gmail.com
ORCID: 0000-0001-9511-3881*

Nikolay I. RUDENKO^{1,2} — Cand. Sci. (Sociology), Senior Research Fellow; Research Fellow

*E-MAIL: diogenstyx@gmail.com
ORCID: 0000-0001-9511-3881*

¹ Sociological institute of the Russian Academy of Science, St Petersburg, Russia

² Science and Technology Studies Center, European University at St Petersburg, St Petersburg, Russia

ШИРОКОВ Александр Александрович — степень MA in Sociology Манчестерского университета и Московской высшей школы социальных и экономических наук, Москва, Россия.

E-MAIL: needeeds@gmail.com

ORCID: 0000-0002-5374-5466

Alexander A. SHIROKOV³ — MA in Sociology

E-MAIL: needeeds@gmail.com

ORCID: 0000-0002-5374-5466

³ Moscow School of Social and Economic Sciences, Moscow, Russia

Аннотация. Статья посвящена истории, приключившейся с одной из самых ожидаемых видеоигр последних лет — No Man’s Sky. Данная игра разрабатывалась около пяти лет и почти все это время была окружена хайпом и медийным шумом, которые привели к колоссальным ожиданиям от игры. В глазах аудитории она должна была стать революцией в игровой индустрии. Однако после выхода игра получила низкие оценки игровой прессы, и крайне отрицательные отзывы игроков. В адрес разработчиков посыпались всевозможные обвинения, предполагающие, что в самой игре отсутствовали многие возможности, показанные в трейлерах. Опираясь на теоретические ресурсы platform studies и понятие де-монстрации, авторы пытаются ответить вопрос о том, почему игра провалилась. На основе проведенного исследования специфики трейлеров и комментариев пользователей платформы YouTube, авторы пришли к выводу, что провал игры, с одной стороны, результат не прямой лжи со стороны разработчиков, а недосказанности в отношении игры, не информативности её де-монстраций, вследствие чего они были открыты для интерпретаций и работы воображения. Эта открытость также связана с барьерами форм де-монстраций видеоигр, которые не позволяют передать непосредственный опыт игрового процесса. С другой стороны, к неудаче,

Abstract. The article is devoted to a story happened to one of the most awaited videogames over the last years called ‘No Man’s Sky’. The videogame has been developed for five years and during all this time it has been surrounded by hype and media frenzy that produced high expectations. The game was expected to be a breakthrough in the game industry, however when the game was released it received low assessments by the game industry media and negative reviews of the gamers. The developers were accused of not providing the options they showed in trailers. Based on theoretical resources of the platform studies and a notion of demonstration, the authors try to figure out why the game failed. The analysis of trailers and the YouTube users’ comments show that the game failed not as a consequence of direct lies by developers but due to understatement and non-informative character of the game demonstrations which led to various interpretations according to the work of imagination. This is also caused by the barriers that the forms of video game-play demonstrations have as they do not convey true game-playing experiences. On the other hand, the ‘No Man’s Sky’ failure is due to some YouTube specifics being a platform which lets the audience to participate in the creation of something of a ‘media version’ of ‘No Man’s Sky’ reality. The ‘media version’ outperformed the game itself in its grandiosity and scale. The problem

постигшей No Man's Sky, привела специфика функционирования YouTube как платформы, позволяющей аудитории участвовать в создании того, что можно было бы назвать «медийной версией» реальности No Man's Sky. Эта версия оказалась куда более масштабной и грандиозной, чем сама No Man's Sky. Проблема в том, что разработчики не ограничивали разрастание этой «медийной версии», что в итоге и привело к провалу столь ожидаемой игры. Таким образом, можно говорить о множественном характере современных культурных объектов, в производстве которого участвуют и сами пользователи.

Ключевые слова: платформы, видеоигры, STS, репрезентация, социотехнические барьеры, YouTube, Platform Studies, пользователи

Благодарность. Исследование выполнено при поддержке гранта Российского научного фонда (проект РНФ No17-78-20164) «Социотехнические барьеры внедрения и использования информационных технологий в современной России: социологический анализ».

was that the developers did not limit the growth of the 'media version', and it ended in game failure. Thus, one may talk of a multiple character of modern cultural objects with users participating in their creation.

Keywords: platforms, videogames, STS, representation, socio-technical barriers, YouTube, Platform Studies, users

Acknowledgment. The study is funded by the Russian Science Foundation (No17-78-20164) titled «Socio-technical barriers to introduction of information technologies in modern Russia: sociological analysis».

Как известно, мечты изменяют масштаб феноменов, они делают возможными новые комбинации и перемешивают качества.

Итак: какова мечта инженера?

Бруно Латур. Арамис или Любовь к Технологии

Введение

Статья посвящена истории, приключившейся с одной из самых ожидаемых видеоигр последних лет — No Man's Sky (далее NMS). Данная видеоигра представляет собой научно-фантастический космический симулятор путешествия, исследования и выживания в вымышленной вселенной. С NMS произошел странный парадокс: еще до выхода игры вокруг нее развернулся «хайп» — повышенное внимание и ажиотаж — заставивший миллионное сообщество игроков несколько лет с нетерпением ждать ее выхода. Когда же она вышла — ожидания не были оправданы,

и накал вокруг игры только возрос. NMS установила два рекорда в Steam (цифровой сервис продаж видеоигр). Во-первых, в день релиза в нее сыграло 212 тысяч человек, это самый большой показатель 2016 г. и пятый старт за всю историю платформы Steam. За три дня игра продана тиражом в 700 тысяч копий. Во-вторых, NMS получила один из самых низких пользовательских рейтингов в Steam и стала игрой с самым низким в истории Steam рейтингом среди крупных проектов. Помимо этого, на кампанию, которая разработала данную видеоигру, была подана жалоба в специальную комиссию по злоупотреблению рекламой. Через несколько месяцев эта комиссия публикует отчет по результатам расследования, согласно которому разработчики сделали все, что обещали, злоупотреблений в плане рекламы не было¹. Соответственно, встает вопрос: откуда возник зазор между ожиданиями от игры и самой игрой, если разработчики сделали то, что обещали? Что погубило NMS? В данной статье мы попытаемся ответить на этот вопрос в контексте появления новых интерактивных интернет-платформ и специфики форм демонстрации видеоигр.

Формы и материи интернет-платформ

Основной рамкой нашего исследования является *platform studies* — анализ возможностей и ограничений компьютерных систем в формировании и поддержании креативной работы. Данная область исследований базируется на серии книг, издаваемой под таким же названием в Массачусетском технологическом институте². Первая работа в этой серии, «*Racing the Beam: The Atari Video Computer System*» (2009) Яна Богоста и Ника Монфорта, была посвящена игровой приставке Atari VCS, популярной в конце 1970-х — начале 1980-х годов [Bogost, Monfort, 2009a]. Однако данный подход релевантен для анализа не только игровых приставок. В другом тексте авторы отмечают, что понятие *платформа* охватывает все многообразие софт- и хард-систем, которые предоставляют возможности для осуществления или выражения некоторой креативной деятельности [Bogost, Monfort, 2009b]. Центральный тезис состоит в том, что эта креативная деятельность и ее продукты опосредуются той платформой, на которой они осуществляются. Выбирая определенную платформу, «разработчики» определяют производство и распространение своего продукта различными способами. Их работа обеспечивается и ограничивается возможностями платформы. Иногда это влияние явно заметно. Например, монохромная платформа не может отображать цвета, игровая консоль без клавиатуры не может поддерживать нажатие клавиш. Однако встречается и более незаметное влияние платформы, к примеру, возможность использования определенных идиом программирования.

Среди основных платформ, опосредующих креативную деятельность, интернет- и цифровые платформы. Лев Манович в 2001 г. заметил, что «компьютерная онтология [...] эпистемология и прагматика влияют на культурный слой новых медиа, а именно на их организацию, жанры и содержание» [Manovich, 2001: 64]. То есть

¹ No Man's Sky creators cleared of false advertising allegations [Электронный ресурс]. URL: <https://www.polygon.com/2016/11/30/13791782/no-mans-sky-false-advertising-results> (дата обращения: 01.02.2018).

² Platform Studies [Электронный ресурс]. URL: <https://mitpress.mit.edu/books/series/platform-studies> (дата обращения: 01.02.2018).

процесс дигитализации, или оцифровывания культуры меняет саму культуру. Дэвид Хезмондалш связывает дигитализацию современной культуры с тем, что это обеспечивает более эффективные, доступные и простые способы производства, распространения и потребления культурных продуктов. Возможность перевода звука, образа, текста в бинарный код позволяет ускоренно транслировать их на расстоянии [Хезмондалш, 2014: 332]. Интернет становится главным поставщиком культурных продуктов и местом их потребления. Об этом говорит статистика времени потребления разных медиа [там же: 340]. Таким образом, интернет-платформы становятся одними из главных в циркуляции культурных объектов. Важно отметить, что одна платформа может быть вложена в другую [Bogost, Monfort, 2009b], соответственно, интернет также содержит в себе множество других платформ, которые представляют свои графические, звуковые, кодировочные и, в целом, функциональные возможности для трансляции и производства культурных объектов.

В данном случае речь идет не столько о том, что платформы позволяют репрезентировать продукты креативной деятельности, сколько о том, что сами платформы участвуют в их производстве. Как отмечает Лорен Дастон, понятие *репрезентации* преимущественно предполагает эпистемологический фокус: каким образом нечто (например, игра) репрезентируется, как соотносятся репрезентация и репрезентируемое. Из-за эпистемологического уклона теряется из виду то, как именно была произведена репрезентация [Daston, 2014: 319—323]. Какая работа потребовалась, чтобы создать связь между некоторым объектом и тем, как он представлен в определенных условиях определенной публике? В рамках исследований науки и технологий (STS) репрезентация часто предстает не как теоретическое понятие, но как нечто конкретное, как то, что ученому необходимо создать для решения стоящих перед ним практических задач. Например, чтобы можно было говорить о клетке, необходимо создать ее изображение, чтобы можно было говорить о структуре леса, необходимо сделать специфическую карту леса [Latour, 1999]. Чем больше тонкостей появляется в работе с научными изображениями, тем более очевидно становится, что понятие репрезентации непродуктивно. Это справедливо не только в отношении научных фактов, но и в отношении анализа культурных объектов [Hennion, 1989]. Дигитализации здесь отводится не последняя роль, поскольку она делает возможным манипулирование формами представления продуктов креативной деятельности, что трансформирует сами эти продукты.

В связи с этим в конце 1990-х — начале 2000-х годов в Science & Technology Studies (STS) происходит так называемый онтологический поворот [Heur, Leydesdorff, Wyatt, 2013], в рамках которого схлопывается различие между репрезентацией и реальностью. Репрезентация оказывается не отражением, но частью реальности, репрезентировать — это значит создать [Law, Benschop, 1997: 158]. Для переосмысления отношений между репрезентацией и реальностью в STS было разработано несколько понятий вроде «онтологической хореографии» [Thompson, 2005] или множественности и задействования (*enactment*) [Mol, 2003]. Вместо репрезентации мы будем использовать понятие «демонстрация» (*de-monstration*)³ [Cambrosio, Jacobi,

³ В термине *демонстрация* в нашем случае важно наличие латинского глагола *monstrare* — показывать, устраивать зрелище или представление. Речь идет о том, что демонстрация убедительна не за счет логических доказательств, но за счет самой своей формы, риторических приемов, красочности или четкости изображений и т. п.

Keating, 2008: 134]. Демонстрация предполагает, во-первых, стоящую перед акторами практическую задачу представления чего-либо некоторой аудитории и убеждения этой аудитории. Во-вторых, сам процесс демонстрации включает не только саму репрезентацию, но и множество сопутствующих элементов, которые также влияют на успешность или неуспешность демонстрации. Например, в случае трейлера видеоигры (некоторым образом демонстрирующего игру), помимо самого трейлера важен интерфейс сайта, на котором трейлер проигрывается. Возвращаясь назад, можно сказать, что демонстрация осуществляется на определенной платформе.

В рамках *platform studies* не сложилось одного конвенционального понимания платформ, как правило, исследователи подчеркивают те аспекты, которые оказываются важны в контексте их собственных исследований⁴. Выделим некоторые особенности, значимые для нашего случая. Во-первых, платформы предполагают возможность не только программирования функций и работу с данными, но и процессы коммуникации, взаимодействия и обратной связи [Gillespie, 2010]. Конкретно — взаимодействия между пользователями платформы, теми, кто создает там контент, рекламодателями, разработчиками платформы. В данном тексте речь преимущественно пойдет о взаимодействии разработчиков (а также тех, кто помогает им продвигать их культурные продукты) и пользователями платформы, которые потребляют эти продукты или связанный с ними контент. Пользователи оказываются важными акторами конструирования технологий, участвуя не только в процессе разработки технологии, но и в формировании ее образа, репутации и т.п. [Oudshoorn, Pinch, 2003]. Хотя платформы эпохи *web 2.0* часто представляют как демократические и партисипаторные, они в то же время выстраивают четкую границу между теми, кто создает и транслирует контент и теми, кто его потребляет [Helmond, 2015].

Во-вторых, платформа предполагает определенные ограничения, которые она налагает на транслируемый контент: это касается длительности трансляций, формата и качества, отдельных стандартов и т.п. [Gerlitz et al., 2016]. Не всякий культурный объект можно без потери качества и «аутентичности» перенести с одной платформы на другую. К примеру, «сегодня, когда любую классическую игру можно эмулировать на персональном компьютере, результат не идентичен тому, с которым имели дело игроки на телевизорах с лучевой трубкой» [Ветушинский, 2015: 50]. Поэтому «платформа является неоспоримой частью игры» [Богост, 2015: 89] и определенным образом трансформирует игру.

Чтобы более четко осмыслить данную специфику интернет-платформ, мы дополним такое понимание платформ некоторыми идеями Бруно Латура. В частности, понятием пункта обязательного прохождения сил. Это понятие предполагает, что если актер хочет достичь определенной цели, ему необходимо пройти через определенный «пункт», обратиться за помощью к определенным акторм, «он вынужден сворачивать со своего пути, чтобы заручиться их поддержкой [...] Без этого ему не добиться успеха» [Латур, 2013: 260]. Подобно тому, как Пастер благодаря созданию вакцины сделал свою лабораторию пунктом обязательного прохождения сил

⁴ Подробнее см., например, некоторые доклады с панели «App Studies: Platform Rules and Methodological Challenges» конференции ассоциации исследователей интернета 2016 г.: App Studies: Platform Rules and Methodological Challenges. Panel overview [Электронный ресурс]. URL: https://www.academia.edu/35018976/App_Studies_Platform_Rules_and_Methodological_Challenges (дата обращения: 15.12.2017).

для фермеров (и многих других акторов) [Латур, 2015], некоторые интернет-платформы являются обязательными точками прохождения для игровой индустрии. Например, сегодня трудно представить какую-либо игру (или фильм) без трейлера на YouTube. Если разработчик хочет, чтобы о его игре узнали, он вынужден обратиться к YouTube, если он хочет, чтобы его игру покупали, он вынужден обратиться к сервисам цифрового распространения игр, таким как Steam.

Важно заметить, что это обращение предполагает смещение, как метафорически выражается Латур, путник вынужден идти в обход, и это отклоняет его от изначальной траектории [Latour, 1994: 32]. То есть прохождение через такие пункты некоторым образом трансформирует акторов. Чтобы понять специфику этих трансформаций, необходимо обратить внимание на латуровское различие формы и материи. «Форма становится тем, что можно перенести из x' в x ; материя — то, что не может вынести такого путешествия» [Латур, 2012: 120]. Это различие проходит у Латура по линии мобилизуемое/немобилизуемое. «Сама граница между мобилизуемым и немобилизуемым является, конечно, не априорной, а эмпирически устанавливается» [Кузнецов, 2016: 45]. Данное различие предполагает фокусирование на том, что может пройти по некоторому «каналу/инфраструктуре», а что не может. То есть речь идет об асимметриях, которые систематически пропускают что-то одно, но не пропускают другое; не все может пройти через платформу, как по «каналу». Таким образом, платформы работают как фильтры или барьеры: чтобы некоторая сущность могла пройти через них, необходимо специфическое форматирование, трансформация. Различные платформы предполагают различные формы.

Предварительная гипотеза состоит в том, что неудача, постигшая NMS, оказалась результатом тех трансформаций, которые игра претерпела в результате циркуляций по интернет-платформам. В данной статье мы сконцентрируемся на YouTube как платформе, которая предоставляет возможности для распространения и потребления визуальных, аудиальных и текстовых культурных объектов. При этом в стороне останутся вопросы пересечения коммерческого и культурного, а также вопросы реализации интересов различных групп в деятельности данной платформы. Точкой фокусировки станут возможности и ограничения этой платформы для демонстрации культурных продуктов на примере истории с NMS. Демонстрация включает как выкладывание в общий доступ отдельных видео или аудиопродуктов, так и их комментирование и оценивание. Эти процессы необходимо рассматривать не просто как распространение уже созданного продукта, но как его трансформацию. В ходе демонстрации создается определенная версия реальности культурного объекта, которая лишь частично связана с самим продуктом. Отдельный вопрос состоит в том, каким образом эта «медийная» платформенная версия сталкивается с «самими» культурными продуктами, выходящими уже на других платформах (например, игровых приставках, телевидении).

Методы

Сначала мы кратко рассмотрим историю разработки и презентации No Man's Sky. Здесь будет использован метод анализа документов. Основными данными выступают материалы из открытых источников: интервью с разработчиками, опи-

рий из самих данных, а затем кодировать все данные, используя эти категории. Мы работали с комментариями к четырем трейлерам, поскольку их было довольно много (от 1,5 до 15 тысяч), из каждого набора была сделана выборка по 200—500 комментариев через программу Excel. Кроме того, мы ограничили время публикации комментариев 9 августа 2016 г. — временем релиза игры. Было выделено 43 категории наиболее часто встречающихся сюжетов (мультиплеер, геймплей, графика и т. д.) в комментариях к четырем трейлерам.

Помимо этого, мы проанализировали третий тип данных — пользовательские рецензии-комментарии на сайте Metacritic, которые были опубликованы с 12 августа 2016 г. по 6 марта 2017 г. Таких комментариев оказалось 143. Эти данные были выкачаны с помощью специальной программы-парсера⁵. К этим данным также был применен этнографический контент-анализ, выделены свои отдельные категории, которые лишь частично пересекались с категориями из комментариев к трейлерам на YouTube (таких категорий было выделено 36). После чего мы составили диаграмму наиболее популярных сюжетов (см. рис. 2). Результаты анализа этих данных будут представлены в параграфе «Реакция на саму игру».

Краткая «биография» No Man's Sky

Начнем с рассмотрения истории разработки No Man's Sky (NMS) и демонстрации. Игра была разработана британской инди-студией⁶ Hello Games. Разработка началась в 2012 г., сама игра вышла 9 августа 2016 г. на PS 4⁷ и 12 августа — на персональных компьютерах, то есть разработка длилась почти пять лет. В различных интервью основатель Hello Games Шон Мюррей подчеркивал, что No Man's Sky — это научно-фантастическая игра от настоящих фанатов научной фантастики⁸. Источниками вдохновения выступили работы классиков данного жанра — Айзека Азимова, Артура Кларка, Роберта Хайнлайна⁹. Общий графический стиль игры вдохновлен иллюстрациями с обложек научно-фантастических книг этих авторов. Для того периода было характерно, что иллюстрации создавались внештатными работниками и потому имели мало общего с самой историей, но, как правило, были яркими¹⁰. Мюррей указывал, что большая часть современной научной фантастики носит характер антиутопии, он же хотел сделать NMS более оптимистичной и жизнеутверждающей¹¹.

Важно отметить, что до NMS Hello Games разработала серию коммерчески успешных игр Joe Danger, это дало ей некоторые экономические ресурсы для

⁵ Авторы благодарят Андрея Муждабу за помощь в скачивании этих данных.

⁶ Инди (от англ. independent) в данном случае означает, что разработка велась без финансовой поддержки крупного издателя.

⁷ Sony PlayStation 4, PS 4 — игровая консоль, выпускаемая компанией Sony.

⁸ К примеру, тут Шон Мюррей рассказывает о том, какие научно фантастические произведения вдохновили его на создание No Man's Sky: NO MAN'S SKY'S SCI-FI INSPIRATIONS [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ign.com/videos/2015/07/15/no-mans-skys-sci-fi-inspirations> (дата обращения: 01.02.2018).

⁹ No Man's Sky is a sci-fi exploration roguelike in a consistent universe [Электронный ресурс]. URL: <https://www.engadget.com/2013/12/09/no-mans-sky-is-a-sci-fi-exploration-roguelike-in-a-consistent-u/> (дата обращения: 01.02.2018).

¹⁰ World Without End. Creating a full-scale digital cosmos. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.newyorker.com/magazine/2015/05/18/world-without-end-raffi-khatchadourian> (дата обращения: 01.02.2018).

¹¹ NO MAN'S SKY IS WILDLY AMBITIOUS, UTTERLY VAST AND A HUGE CHALLENGE TO THE VIDEO GAME INDUSTRY'S STATUS QUO [Электронный ресурс]. URL: <http://time.com/no-mans-sky/> (дата обращения: 01.02.2018).

дальнейшей работы. Отправная точка именно NMS — 2012 г., когда четыре сотрудника Hello Games буквально за закрытыми дверями начали разработку прототипа игры. Изначально проект назывался Project Skyscraper, но в дальнейшем был переименован в No Man's Sky. Чтобы сделать игру подобного масштаба силами небольшой команды был создан специальный движок с возможностью процедурной генерации. Если огрубить, то технология процедурной генерации позволяет создать пространство игры и различные объекты при помощи некоторых уравнений, а не прописывать их вручную. Этот же подход был использован в 1984 г. в игре Elite, знакомой разработчикам из Hello Games, по собственному признанию, с детства¹². Данная технология не является инновацией для игровой индустрии, в 1980-е и 1990-е годы в играх часто использовалось процедурное генерирование, так как память носителей была слишком мала, но в конце 1990-х — начале 2000-х годов она ушла на второй план. Отчасти это связано с тем, что объекты (локации, персонажи, растения и т. п.), порождаемые процедурным генерированием, в большинстве случаев несут однообразный характер или страдают от визуального беспорядка. Забегая вперед, заметим, что хотя NMS также в той или иной мере оказались присущи эти проблемы, разработчикам удалось значительно улучшить технологию процедурной генерации, в связи с чем Hello Games получила награду за технологическую инновацию на Game Developers Choice Awards — 2017¹³. Первый год разработки команда занималась преимущественно написанием игрового движка, ориентированного на процедурную генерацию¹⁴.

Впервые NMS была публично представлена в 2013 г. на ежегодной церемонии награждения видеоигр Spike Video Game Awards, игра сразу привлекла внимание игровой прессы¹⁵. Незадолго до этого Шон Мюррей показал ранний прототип игры различным изданиям, после чего компания Sony предложила сотрудничество. Hello Games согласилась, но на специфических условиях: отказавшись от финансовой поддержки, разработчики попросили помощи в продаже и рекламе NMS¹⁶. В частности, Sony помогла в продвижении игры на Electronic Entertainment Expo (E3) — крупнейшем игровом трейдшоу в Америке. В то время ни одна инди-игра не была показана на главной сцене, NMS стала первой и была представлена на E3 в 2014 г., что оказалось очень важным фактором в демонстрации игры. То, что

¹² No Man's Sky creator: 'We wanted to build a universe' [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/technology/2014/oct/28/no-man-sky-creator-we-wanted-to-build-a-universe> (дата обращения: 01.02.2018).

¹³ No Man's Sky wins GDC Award, but no one was around to accept it [Электронный ресурс]. URL: <https://www.polygon.com/2017/3/2/14786762/gdc-award-winners-no-mans-sky> (дата обращения: 01.02.2018).

¹⁴ How A Seemingly Impossible Game Is Possible [Электронный ресурс]. URL: <https://kotaku.com/how-a-seemingly-impossible-game-is-possible-1592820595> (дата обращения: 01.02.2018).

¹⁵ См., например: Space adventure No Man's Sky is one of next-gen's most ambitious titles [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gamespot.com/articles/space-adventure-no-man-s-sky-is-one-of-next-gen-s-most-ambitious-titles/1100-6416605/> (дата обращения: 01.02.2018); Whatever You Do, Watch This: Hello Games' No Man's Sky [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rockpapershotgun.com/2013/12/08/whatever-you-do-watch-this-hello-games-no-mans-sky/> (дата обращения: 01.02.2018); JOE DANGER DEV ANNOUNCES NO MAN'S SKY [Электронный ресурс]. URL: <http://au.ign.com/articles/2013/12/08/joe-danger-dev-announces-no-mans-sky> (дата обращения: 01.02.2018).

¹⁶ No Man's Sky: the game where you can explore 18 quintillion planets [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/technology/2015/jul/12/no-mans-sky-18-quintillion-planets-hello-games> (дата обращения: 01.02.2018).

NMS была представлена на главном мероприятии в области индустрии видеоигр, привлекло к игре много внимания¹⁷.

Стоит указать на специфический стиль, в котором выполнен презентованный на этой выставке (и большинство остальных) трейлер *No Man's Sky*. Как правило, трейлер — это некоторый постановочный видеоролик с врезками, монтажом, в котором либо рассказывается небольшая история, либо демонстрируются особенности игры. Трейлер NMS, представленный на E3—2014, выполнен в иной манере, это монолитный отрезок записанного игрового процесса, без склеек и монтажа, будто кто-то просто играет несколько минут¹⁸. В других трейлерах иногда использовались какие-то врезки, по почти всегда был отрывок игрового процесса. Возможно, это связано с тем, что в самой игре практически отсутствует линейный сюжет, упор идет именно на игровой процесс. За трейлер на E3—2014 игра была номинирована *Game Critics Awards* сразу в трех категориях: «Лучшая игра выставки», «Лучшая оригинальная игра» и «Лучшая игра от независимого разработчика», победила в двух последних и получила специальную награду как самая инновационная игра выставки¹⁹.

Далее обратимся к содержательной стороне трейлеров, что они сообщали игрокам. В трейлерах разработчики артикулировали идею космического путешествия по неизведанным и бесконечным планетам. Например, слоганом самого первого трейлера *No Man's Sky* было: «Каждая планета процедурно сгенерирована. Каждая планета уникальна. Каждая планета не исследована»²⁰. Эта фраза соединяет техническую составляющую игры (процедурное генерирование) и идейную (космическое путешествие и исследование). В трейлерах показывалось, как игрок совершает открытия: посещает красивые места, новые планеты, наблюдает экзотических животных. Они представляли собой мини-путешествия, в процессе которых игрок переживал несколько событий, например, сначала он гулял по красивой планете, затем садился на корабль и улетал в космос, где сталкивался с армадой кораблей, после чего садился на другую планету.

В целом у игры не было масштабной рекламной кампании — выходило по трейлеру в год на каждой E3 плюс некоторые дополнительные материалы вроде интервью. В этом состояла специфика существования NMS до ее выхода. С 2014 по 2016 гг. на E3 выходили трейлеры, которые вызывали некоторый интерес к игре, после чего разработчики «пропадали» еще на год, до следующего E3²¹.

Реакция публики E3—2014 (и последующих) на трейлер NMS была крайне положительной. Приведем несколько сообщений из Twitter, сделанных во время E32014:

¹⁷ E3: How No Man's Sky took on the games industry — and won [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bbc.com/news/technology-27807167> (дата обращения: 01.02.2018).

¹⁸ No Man's Sky Gameplay Trailer | E32014 | PS4 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=nLtmEjzqz7M> (дата обращения: 01.02.2018).

¹⁹ 2014 Winners [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gamecriticsawards.com/2014winners.html> (дата обращения: 01.02.2018).

²⁰ No Man's Sky [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=RRpDn5qPp3s> (дата обращения: 02.02.2018).

²¹ Для удобства мы собрали все видео, посвященные игре, в google-таблице, куда включили название видео, ссылку, описание на YouTube, количество комментариев и количество лайков/дизлайков. Таблица доступна по ссылке: No Man's Sky video [Электронный ресурс]. URL: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1qiTt9004I47gq29EKhMshFA-Y6SqT04w0rLH4z7o2DE/edit?usp=sharing> (дата обращения: 02.02.2018).

«No Man's Sky — это прекрасная игра мечты. Множество часов будет потрачено на нее! #NoMansSky #E32014» (пользователь Twitter @_EndChase, 11.06.2014)²².

«No Man's Sky выглядит грандиозно и охрененно!! Столь амбициозная игра для инди. #E32014 #NoMansSky #PlayStationE3 #PS4 #GreatnessAwaits #SonyE3» (пользователь Twitter @_EndChase, 10.06.2014)²³.

Шон Мюррей в одном из интервью рассказывал, что именно поддержка зала во время презентации дала ему понять: необходимо продолжить работать и выпустить эту игру²⁴. Стоит отметить особую атмосферу E3, связанную с тем, что его аудитория первой получает новую информацию в отрасли. Поэтому такие яркие трейлеры, как у NMS, часто вызывают бурную реакцию. Если вернуться к идее демонстрации, необходимо указать, что трейлер на E3 и на YouTube — это два разных трейлера, так как они демонстрируются через разные платформы. Однако трейлер NMS производил сильное впечатление не только на E3, но и на YouTube, поэтому важно обратить внимание на то, как эти трейлеры воспринимались зрителями данной платформы, о чем речь пойдет далее.

Рецепция трейлеров

Возвращаясь к понятию платформы, стоит напомнить, что для него важно подчеркивание роли коммуникации и участия. Тот, кто выкладывает ролик на YouTube, может разрешать его комментирование, и пользователи данной платформы могут оставлять свои интерпретации происходящего в роликах. Мы рассматриваем эти интерпретации как возможность для аудитории артикулировать и задействовать определенные аспекты культурного объекта, являющиеся для нее ключевыми. Это важно, во-первых, в связи с тем, что разработчики и авторы роликов обычно следят за комментариями. Во-вторых, потому что внутри комментариев из взаимных интеракций может формироваться критика целей и способов решения определенных проблем, которые предлагают авторы роликов. В данной части статьи мы коротко опишем то, какие основные сюжеты возникали в комментариях к основным трейлерам и геймплейным видео игры. Анализ частотного распределения слов показывает, что все комментарии под трейлерами так или иначе указывали на платформы (в смысле консолей и PC). Это такие слова, как «Xbox», «PC», «PS», «Console». Поскольку игра была анонсирована в 2013 г., когда вышла Sony Playstation 4, то многие комментарии обозначают желание поиграть в игру именно на этой консоли, тем более что Sony активно поддерживала NMS. Однако, как видно из других комментариев, широко обсуждалась возможность играть на персональном компьютере и на Xbox. В итоге игра вышла только на ПК, Xbox как платформа был проигнорирован, так как это главный конкурент Sony.

²² No Man's Sky is beautiful and a dream game. Multiple hours will be spent on it! #NoMansSky #E32014 [Электронный ресурс]. URL: https://twitter.com/_EndChase/status/476850500298473473 (дата обращения: 03.02.2018).

²³ No Man's Sky looks huge and insane!! Such an ambitious game for a indie. #E32014 #NoMansSky #PlayStationE3 #PS4 #GreatnessAwaits #SonyE3 [Электронный ресурс]. URL: <https://twitter.com/ThatGamerTony/status/476358646600056832> (дата обращения: 03.02.2018).

²⁴ Подробнее см.: <https://www.youtube.com/watch?v=EdSVn9sucrg>.

«Эта игра выглядит восхитительно, не могу дождаться ее. Надеюсь, она выйдет на ps» (Mauro Cardinaels, 13.12.2013)²⁵.

«Я знаю, что это вряд ли произойдет, но если эта игра выйдет для Xbox One, я перестану сожалеть о своей покупке этого черного кирпича» (Trent Michel, 12.12.2013)²⁵.

Другой сюжет включает в себя обсуждение понятий, связанных с космосом — «universe», «space», «galaxy», эти слова встречаются очень часто и указывают прежде всего на то, что игра предполагала компьютерную генерацию целой вселенной из 18 триллионов планет. И такая возможность очень интриговала пользователей, которые обсуждали, каким же образом они будут осваивать все эти планеты: «Эта идея исследования миров и собирания ресурсов таким образом, что вы можете развиваться, искать и исследовать по всей галактике без границ и предзаданных путей — потрясающе!» (пользователь YouTube Patrik Kajtazi, 20.10.2014)²⁵.

Третий тип сюжетов указывает на те игры, с которыми сравнивали NMS. Наиболее часто встречаются Spore (симулятор выживания на планете), Minecraft («песочница», предполагающая возможность строительства собственных зданий), Star citizen (симулятор космических путешествий и ближайший конкурент), Elite (симулятор космических путешествий, один из прародителей данного жанра). Поскольку трейлер не давал четкого понимания, что можно будет делать в No Man's Sky, то отсылка к другим, уже вышедшим (или выходящим) играм давала возможность представить себе геймплей и понять, что это будет за игра.

«Вау. Это похоже на отдаленного потомка старой игры Elite. Выглядит здорово» (пользователь YouTube Ronald Willey, 09.12.2013)²⁵.

«Это minecraft, но только в космосе» (пользователь YouTube Divoúl Delitou, 11.08.2016)²⁶.

Наконец, стоит отметить множество эпитетов, которые встречаются в частотном анализе комментариев: «awesome», «boring», «amazing», «excited», а также описание тех действий, которые будут возможны внутри игры: «combat», «exploration», «story» (наличие некоторого центрального сюжета, которому должен следовать персонаж), см. рис. 1, визуализирующий результаты частотного анализа.

Сюжеты, выделенные с помощью этнографического контент-анализа, в целом соответствуют результатам, которые были получены в рамках частотного анализа. Здесь также есть обсуждение платформ, выражение одобрения или критики игры и трейлеров, сравнение с другими играми и указание на космическую тематику. Помимо этого тут также присутствуют темы ожидания и планирования того, что будущий игрок будет делать, когда NMS выйдет. Можно встретить подобные комментарии: «Измумительно начинать представлять себе возможности. Я думаю, что можно будет создать команду с одним или двумя друзьями и исследовать, открывать планеты, искать ресурсы, чтобы улучшить корабль и начать свое дело»

²⁵ Комментарий дан к видео: No Man's Sky [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=RRpDn5qPp3s> (дата обращения: 01.02.2018).

²⁶ Комментарий дан к видео: No Man's Sky Gameplay Trailer | E 32014 | PS4 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=nLtmEjqzq7M> (дата обращения: 02.02.2018).

(пользователь YouTube *Direct Trailers*, 10.12.2013)²⁷. Часто комментаторы пишут не столько о самом трейлере или игре, сколько о своих планах, связанных с будущим опытом игры: как они будут брать отпуск на работе, прогуливать школу и т. п.

Среди важных тем обсуждения можно отметить высказывания о процедурной генерации — одной из главных особенностей данной игры, а также о ее физике. Дело в том, что в игре есть возможность путешествия с одной планеты на другую, и пользователи пытались представлять и критиковать, насколько игра будет реалистичной в этом плане. Стоит отметить, что часто встречается похвала разработчиков и самой игры за амбициозность идеи. Дело не только в самой задаче — сгенерировать целую вселенную для игрока, — но и в том, что она достигалась относительно небольшой группой инди-разработчиков.

В целом ожидания в отношении игры были поистине колоссальные:

«...Я ожидаю, что это будет удивительный опыт, о котором я не смогу просто так забыть и двигаться дальше. Игра вроде Journey приходит на ум... Очень взволнован» (пользователь YouTube *xiEatCupsx*, 15.08.2014)²⁸.

«Вау эта игра похожа на все, что я когда-либо хотел» (пользователь YouTube *RYΔN X*, 28.11.2014)²⁸.

В глазах игроков NMS должна была решить проблемы сразу нескольких жанров видеоигр. Во-первых, жанр космических симуляторов, где есть проблема — космос бесконечен, а ресурсы разработчиков ограничены, как правило, у них нет возможности вручную делать вселенную больших размеров. Разработчики NMS смогли предложить возможное решение данной проблемы — создали механизм, который процедурно производит пространство игры. Во-вторых, это жанр «песочницы», самый популярный представитель которого — Minecraft. Проблема данного жанра в том, что в подобных играх устаревшая графика, как правило, пиксельная. Тут показательны подобные комментарии к трейлерам NMS: *«У нее есть таааааа много потенциала, чтобы стать следующим после Minecraft повальным увлечением»* (пользователь YouTube *davide267*, 11.06.2014)²⁷. Собственно аудитория игры ожидала, что NMS станет новым майнкрафтом, но усовершенствованным, более красивым — игра имеет очень приятный визуальный стиль²⁹.

Таким образом, пользователи в комментариях артикулировали те идеи, которые продвигали сами разработчики и издатели (процурная генерация, уникальность и амбициозность игры). Помимо этого, NMS постоянно сравнивали с другими играми, позиционировали ее по отношению к другим играм, стараясь найти этому довольно уникальному проекту место среди разных жанров. Наконец, многие высказывали скепсис по поводу того, сможет ли она справиться со столь амбициозной задачей — реализовать мечту не только разработчиков, но и фанатов научной фантастики. На кону стояла не просто успешность самой игры, а чаяния

²⁷ Комментарий дан к видео: No Man's Sky [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=RRpDn5qPp3s> (дата обращения: 01.02.2018).

²⁸ Комментарий дан к видео: No Man's Sky Gameplay Trailer | E32014 | PS4 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=nLtmEjqzg7M> (дата обращения: 02.02.2018).

²⁹ Для сравнения графической и визуальной составляющих этих игр см. трейлер Minecraft: Official Minecraft Trailer [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=MmB9b5njVbA> (дата обращения: 03.02.2018).

сотен тысяч игроков, которые надеялись, что цифровые технологии, хотя бы виртуально, но приблизят человека к бесконечной вселенной.

В итоге к выходу игры у аудитории сложилось представление о NMS как о грядущей революции игровой индустрии, в комментариях можно встретить фразы такого типа: «*Это изменит само определение видеоигр*» (пользователь YouTube *LSD Kitten*, 16.12.2013)³⁰. Когда же игра вышла — революции не произошло, а степень разочарования аудитории была соизмерима с их ожиданиями от игры.

Реакция на саму игру

Чтобы показать, каким образом игра была принята игроками, мы обратимся к анализу комментариев — мини-рецензий на No Man's Sky с одного из самых известных сайтов оценки культурных продуктов Metacritic³¹. Нами были скачаны все отзывы, опубликованные пользователями этой платформы до 6 марта 2017 г. Далее мы проанализировали их, чтобы выявить основные сюжеты, которые обсуждали пользователи. В результате была получена следующая диаграмма (см. рис. 2).

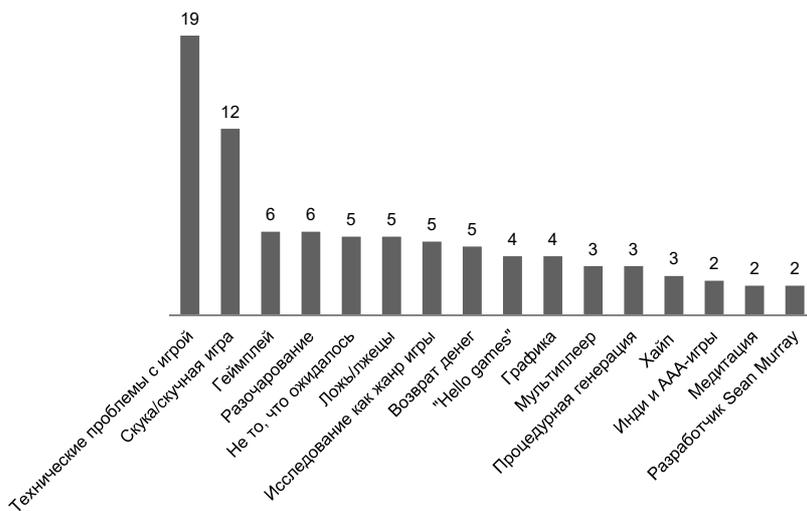


Рисунок 2. Процентная составляющая сюжетов, обсуждаемых игроками в комментариях-рецензиях на сайте Metacritic.com с 12 августа 2016 г. по 6 марта 2017 г.

Как видно из диаграммы, больше всего обсуждались технические проблемы игры (баги, вылетания, низкий уровень fps³²). Также игроки писали о вызываемой игрой скуке и повторяемости всего, уже через несколько часов игры это проявля-

³⁰ Комментарий дан к видео: No Man's Sky [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=RRpDn5qPp3s> (дата обращения: 01.02.2018).

³¹ Дать ссылку на конкретную пользовательскую рецензию с сайта metacritic.com нет технической возможности. Все рецензии можно найти по этой ссылке: NO MAN'S SKY. PC. User Reviews [Электронный ресурс]. URL: http://www.metacritic.com/game/pc/no-mans-sky/user-reviews?sort-by=date&num_items=100 (дата обращения: 03.02.2018).

³² Англ. «Frames per second» — частота смены кадров.

ется особенно сильно. Важную роль в обсуждении играли геймплей и различные типы деятельности, которые необходимо было осуществлять в рамках игры: исследовать, путешествовать, воевать, торговать и т. д. Исследование как основной вид деятельности, в глазах пользователей, оказалось главной проблемой игры, так как делало ее достаточно скучной ввиду отсутствия многообразия и динамики. *«Ты просто оказываешься застрявшим в бесконечном потоке неинтересных планет, среди скучной флоры и фауны (если ты вообще отыщешь заселенную планету) и в компании редких часовых. Пираты, конечно, могут время от времени атаковать, но это вообще не весело. Игра, за неимением лучшего слова, мертва»* (пользователь Metacritic MadclownJack, 23.08.2016). Игроки не нашли той насыщенности событиями, видимость которой создавали трейлеры. Изредка можно обнаружить попытки заступиться за игру; некоторые пользователи утверждали, что разработчики изначально задумывали NMS как медитативную и эксплоративную: геймплей ориентирован на спокойное перемещение между планетами и поиск ресурсов.

Отдельная важная тема обсуждения касалась разочарования от того, что игра была совсем не такой, как показывалось в трейлере. Следующий комментарий довольно типичен: *«Если вы думаете о покупке игры, я бы рекомендовал посмотреть несколько классных трейлеров, которые демонстрируют то, чего нет в игре, и не тратить свои деньги на саму игру, в которой даже нет всего того, о чем говорилось и что <разработчики> нам обещали в интервью перед выпуском игры»* (пользователь Metacritic gavo000, 9.10.2016). Тема разочарования напрямую связывается с темой «хайпа»: многие отмечали, что они бы терпимо отнеслись к игре, если бы перед этим им не обещали «золотые горы», которые разработчики не смогли или не захотели реализовать. NMS слишком настойчиво рекламировали через такие особенности, как «процедурная генерация» и «бесконечное освоение космоса». Один из пользователей, иронизируя, отмечает, что лучше назвать игру «False advertising: The game» (пользователь Metacritic QuarterLife, 31.10. 2016). Один из важных сюжетов — обличение лжи/лжеца в лице главы Hello Games Шона Мюррея. Ложь состояла в том, что во многих интервью он говорил о различных возможностях, например, мультиплеере, которые не были реализованы в игре.

С одной стороны, игроки возлагали на игру большие надежды, которые подкреплялись ценой игры AAA-класса (60 долларов) и поддержкой крупной компании — Sony. С другой стороны, игра изобиловала багами, с точки зрения пользователей, была скучной и однообразной, в ней не было обещанного мультиплеера, а добраться до «центра вселенной» — то есть пройти главный сюжет игры — можно было довольно быстро. В игре не было той насыщенности, комплексности, полномасштабной свободы действий, о которой грезилли игроки. Хотя в NMS действительно была свобода перемещений (летать можно было куда угодно), но не было возможности реализовать те планы, которые воображали игроки, соответственно, не было мотивации использовать эту свободу перемещений. Вместо игры, которая перевернет индустрию, NMS стала главным провалом — 2016.

Барьеры демонстрации

Чтобы понять, как все это произошло, необходимо рассмотреть формы и материю YouTube как платформы, а также то, что можно было бы назвать барьерами

демонстрации. У разработчиков есть прагматическая задача — нужно представить игру, при этом у них нет возможности предоставить саму игру полностью, так как в таком случае у пользователей отпадет необходимость ее покупать. Игру необходимо трансформировать или отформатировать, чтобы представить публике через трейлер. Трейлер относится к игре, как форма — к материи в латуровском понимании. Специфическая трудность этой задачи состоит в том, что нужно представить то, чего еще нет. Игра в процессе разработки может измениться, оказаться не совсем такой, какой ее задумали. В то же время существующие платформы ориентированы на представление видеоигр как чего-то уже свершившегося, как будто игра уже готова. Это особенно сказалось в случае NMS, так как впервые ее показали публике в 2013 г., а вышла она в 2016 г. При увиденный в 2013 г. игровой процесс все восприняли как нечто готовое. Здесь показательны альтернативные формы представления, например, некоторые инди-разработчики, использующие краудфандинг, часто более интенсивно взаимодействуют с аудиторией, выпуская не трейлеры, а дневники разработки. В подобных материалах разработчики рассказывают о том, что уже сделано на данный момент, какие они сделали обновления, какие ошибки починили и т. п. Это демонстрация игры в процессе ее разработки.

В связи с различием формы и материи нужно обратить внимание на то, какие грани игры или ее элементы разработчик в принципе может мобилизовать, как он может демонстрировать свою игру на существующих платформах (сервисы цифровой дистрибуции, YouTube и т. п.), используя такие формы, как трейлеры, скриншоты, интервью и короткие описания игры (например, на коробке с игрой). Что в них можно передать? Вероятно, графику, визуальный стиль, общее описание сюжета, музыку и т. п., но более значимо то, что передать нельзя — игровой опыт, непосредственную практику игры, как она устроена. Это особенно проблематично в связи с размыванием жанров в игровой индустрии. Уже длительное время жанры видеоигр сильно гибридизировались, элементы одних начали переноситься в другие. В итоге марка определенного жанра мало что говорит о самой игре и о том, как в ней протекает игровой процесс. Стоит отметить, что современные формы демонстрации не всегда были таковыми, например, в 1990-х-2000-х годах были распространены демо-версии, цель которых — дать игроку представление о полной версии игры. Платформы и даже сама материальная инфраструктура были иными — бумажные журналы с дисками, на которые записывались демо-версии.

В связи с этой ограниченностью трейлер оказывается открытым для работы воображения, он стимулирует домысливать. Например, во многих трейлерах NMS были показаны полеты в космосе и большие флоты, показано, как игрок пролетал рядом с ними. Видя это, зритель мог представлять, как можно будет приземлиться в ангаре этих больших кораблей, как-то с ними взаимодействовать. Однако в самих трейлерах этого не было показано, и в игре такой возможности также не было.

Другая проблема существующих форм демонстрации заключается в том, что одни и те же формы охватывают совершенно различные игры. При этом они лучше работают с одними типами игр и хуже — с другими. Лучше, вероятно, с теми играми, в которых упор делается на сюжет (например, интерактивное кино), но с теми, где

упор на игровой процесс, эти формы работают хуже³³. Данную проблему чувствуют разработчики и стремятся различным образом преодолеть барьеры демонстрации существующих платформ, сделать формы более гибкими, менее редуционистскими. Например, некоторые студии до выхода игры делают ее открытый бета-тест и все желающие могут опробовать какой-то небольшой отрывок игры. Иногда можно встретить попытки создать в этих ограниченных формах нечто более интерактивное. Особенно показателен случай игры «Torment: Tides of Numenera» (2017), если огрубить, то основную часть ее игрового процесса занимают диалоги и выбор реплик в диалогах, а также их последствия. Трейлер игры был составлен таким образом, что на YouTube в определенные моменты высвечивались варианты выбора и в зависимости от них трейлер шел по разным путям. Такой формат, по сути, позволил передать специфику игрового процесса.

В случае NMS подобного не произошло, ее формы демонстрации не позволили аудитории ознакомиться со спецификой игрового процесса. Все ожидали нечто вроде «майнкрафта в космосе» с бесконечной вселенной и бесконечными игровыми возможностями, при этом с богатым визуальным стилем. В определенном смысле аудитория игры ожидала, что NMS сделает научную фантастику реальностью, дав игрокам богатые возможности для исследования огромной вселенной. NMS же оказалась чем-то близка к жанру «симуляторов ходьбы» с медитативным и скорее созерцательным игровым процессом. В игре действительно почти бесконечная вселенная, включающая 18 квинтиллионов планет, и привлекательный визуальный стиль, но нет того богатства возможностей, которое ожидала аудитория. Игровой процесс NMS носит достаточно однообразный характер, так как концентрируется на сборе ресурсов для дальнейшего путешествия, но у игроков нет мотивации продолжать это путешествие. Целая вселенная оказалась лишь декорацией, хоть и впечатляющей визуально.

Заключение

В итоге NMS погубила недосказанность, причем двойная. С одной стороны, то, как трейлеры содержательно сделаны — они демонстрирует сильную идею, делают это ярко, выразительно, но нечетко. Они, по большому счету, не говорят, что можно в этой игре, а что нельзя, что вообще такое NMS. Поэтому они оказываются открыты для работы воображения, которая никак не ограничивалась разработчиками. С другой стороны, сами формы и материи платформ демонстрации видеоигр также не позволили ознакомиться со спецификой игры, так как не давали непосредственного опыта игрового процесса.

То, какой NMS оказалась в конечном итоге, сильно отличалось от ее «медийной» версии, порожденной самими платформами демонстрации видеоигр. Будучи опубликованными на YouTube, трейлеры вызвали целый шквал комментариев, позволяя пользователям не только укреплять и достраивать «медийную» версию

³³ В целом видеоигры могут очень сильно различаться между собой. Одно из популярных разделений — на видеоигры, в которых упор делается на сторителлинг, то есть рассказывание некоторой истории, что делает их ближе к книгам и фильмам. И на игры, в которых более важен непосредственный игровой процесс, то есть сама игра как некоторая деятельность, что приближает подобные видеоигры к обычным играм вроде шахмат или футбола. Само это разделение носит характер континуума, практически в любой игре есть как некоторая история, так и геймплей, однако довольно часто в конкретных видеоиграх на первый план выходит одна из этих составляющих.

игры, но и посредством обсуждений создавать конвенции в отношении того, какой должна быть игра. Коммуникативные и партисипаторные возможности YouTube как платформы сыграли с разработчиками злую шутку: сама платформа дала пользователям возможность не только говорить об игре, выражать свое мнение, давать обратную связь, но также позволила создать «медийный» фантом игры, реализовать который была не в состоянии маленькая студия инди-разработчиков.

Дальнейший исследовательский интерес вызывает вопрос о том, каким образом барьеры демонстрации этой платформы влияют на другие культурные объекты, в частности, кино. Трейлеры играют важную роль также и в процессе демонстрации фильмов, однако можно предположить, что в отношении кино воздействие обнаруженных нами барьеров будет менее выражено или, по крайней мере, характер этого воздействия будет несколько иным. Если для видеоигр невозможность передать непосредственный опыт игры — серьезная проблема, то для фильмов данная проблема оказывается нерелевантна, поскольку, как и трейлеры, фильмы мы смотрим, а не играем в них. В то же время для кино могут быть релевантны какие-либо другие возможности и ограничения YouTube как платформы. Соответственно, исследование конкретных случаев демонстрации фильмов и участия аудитории в конструировании подобных культурных объектов могло бы обогатить понимание данной платформы.

Список литературы (References)

Богост Я. Бардак в видеоиграх // Логос. 2015. № 1. С. 79—99.

Bogost J. (2015) Video Games are a Mess. Logos. No. 1. P. 79—99. (in Russ.)

Ветушинский А. С. To Play Game Studies Press the START Button // Логос. 2015. № 1. С. 41—60.

Vetushinskiy A. S. (2015) To Play Game Studies Press the START Button. Logos. No. 1. P. 41—60. (in Russ.)

Кузнецов А. Г. Транспортные медиации — формы машинного и материалы человеческого // Этнографическое обозрение. 2016. № 5. С. 40—52.

Kuznetsov A. G. (2016) Transport Mediations: Machine Forms and Human Materials. Etnograficheskoe obozrenie. No. 5. P. 40—52. (in Russ.)

Латур Б. Наука в действии: следуя за учеными и инженерами внутри общества. СПб. : Изд-во Европ. ун-та в С.-Петербурге. 2013.

Latour B. (2013) Science in Action: How to Follow Scientists and Engineers Through Society. St. Petersburg: Publishing house of European University at St.-Petersburg. (in Russ.)

Латур Б. Пастер: Война и мир микробов, с приложением «Несводимого». СПб. : Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2015.

Latour B. (2015) Pasteur. The Microbes: War and Peace Followed by Irreductions. St. Petersburg: Publishing house of European University at St.-Petersburg. (in Russ.)

Латур Б. Политика объяснения: альтернатива // Социология власти. 2012. № 8. С. 113—143.

Latour B. (2012) The Politics of Explanation: an Alternative. *Sociology of power*. No 8. P. 113—143. (in Russ.)

Хезмондалш Д. Культурные индустрии. М. : Изд. дом Высшей школы экономики. 2014.

Hezmondalsh D. (2014) Cultural industries. Moscow: HSE Publishing House. (in Russ.)

Bogost I., Montfort N. (2009a) Racing the Beam: The Atari Video Computer System. London: MIT Press.

Bogost I., Montfort N. (2009b) Platform Studies: Frequently Questioned Answers. Proceedings of the Digital Arts and Culture Conference. URL: http://pdf.textfiles.com/academics/bogost_montfort_dac_2009.pdf (Accessed: 13.12.2017).

Cambrosio A., Jacobi D., Keating P. (2008) Phages, Antibodies and «De-Monstration». *History and Philosophy of the Life Sciences*. No. 2. P. 131—157.

Daston L. (2014) Beyond representation. In: Representation in scientific practice revisited. Ed. by C. Coopmans, J. Vertesi, M. Lynch, and S. Woolgar. Cambridge, MA: MIT Press. P. 319—323.

Gerlitz C., Helmond A., van der Vlist F. N., Weltevrede E. App ecologies: Mapping apps and their support networks. *AoIR 2016: The 17th Annual Meeting of the Association of Internet Researchers* [Электронный ресурс]. URL: https://pure.uva.nl/ws/files/18355785/1251_1292_1_PB.pdf (Дата обращения: 13.12.2017).

Gillespie T. (2010) The politics of 'platforms'. *New Media & Society*. Vol. 12 (3). P. 347—364. <https://doi.org/10.1177/1461444809342738>.

Hammersly M., Atkinson P. (1995) *Ethnography. Principles in practice*. Second Edition. London, New York: Routledge.

Helmond A. (2015) The Platformization of the Web: Making Web Data Platform Ready. *Social Media+Society*. Vol. 1. No. 2. P. 1—11. <https://doi.org/10.1177/2056305115603080>.

Hennion A. (1989) An intermediary between production and consumption: The producer of popular music. *Science, Technology, & Human Values*. No. 14 (4). P. 400—424. <https://doi.org/10.1177/016224398901400405>.

Heur B., Leydesdorff L., Wyatt S. (2013) Turning to ontology in STS? Turning to STS through 'ontology'. *Social Studies of Science*. No. 3. P. 341—362. <https://doi.org/10.1177/0306312712458144>.

Latour B. (1994) On Technical Mediation — Philosophy, Sociology, Genealogy. *Common Knowledge*. No. 2. P. 29—64.

Latour B. (1999) *Pandora's Hope: Essays on the Reality of Science Studies*. Cambridge, Mass. & London: Harvard University Press.

Law J., Benschop R. (1997) Resisting pictures: representation, distribution and ontological politics. *The Sociological Review*. Vol. 45. No. 1-suppl. P. 158—182. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.1997.tb03460.x>.

Manovich L. (2001) *Language of new media*. London: MIT Press.

Mol A. (2003) *The Body Multiple: Ontology in Medical Practice*. Durham, NC: Duke University Press.

Oudshoorn N., Pinch T. (2003) How Users and Non-Users Matter. In: *How Users Matter: The Co-Construction of Users and Technology*. Cambridge, Mass: MIT Press. P. 1—25.

Thompson C. (2005) *Making Parents: The Ontological Choreography of Reproductive Technologies*. Cambridge, Massachusetts. London, England: MIT Press.

АНАЛИЗ И ИНТЕРПРЕТАЦИЯ

DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.05

Правильная ссылка на статью:

Козловская А. Ю. Детские «вызывания» на «YouTube»: конструирование правдоподобности сверхъестественных практик в онлайн-коммуникации // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 1. С. 81—106. DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.05.

For citation:

Kozlovskaya A. Yu. Children's 'invocation of spirits' on YouTube: constructing the plausibility of supernatural practices in online communication. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. 2018. № 1. P. 81—106. DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.05.



А. Ю. Козловская
ДЕТСКИЕ «ВЫЗЫВАНИЯ» НА «YOUTUBE»: КОНСТРУИРОВАНИЕ ПРАВДОПОДОБНОСТИ СВЕРХЪЕСТЕСТВЕННЫХ ПРАКТИК В ОНЛАЙН-КОММУНИКАЦИИ

ДЕТСКИЕ «ВЫЗЫВАНИЯ» НА «YOUTUBE»: КОНСТРУИРОВАНИЕ ПРАВДОПОДОБНОСТИ СВЕРХЪЕСТЕСТВЕННЫХ ПРАКТИК В ОНЛАЙН-КОММУНИКАЦИИ

CHILDREN'S 'INVOCATION OF SPIRITS' ON YOUTUBE: CONSTRUCTING THE PLAUSIBILITY OF SUPERNATURAL PRACTICES IN ONLINE COMMUNICATION

КОЗЛОВСКАЯ Ангелина Юрьевна — магистр антропологии, старший лаборант, Европейский университет в Санкт-Петербурге, Санкт-Петербург, Россия.

E-MAIL: ange.zhuko.yur@gmail.com
ORCID: 0000-0003-0359-1400

Angelina Yu. KOZLOVSKAYA¹ — MSc in Anthropology, senior lab assistant
E-MAIL: ange.zhuko.yur@gmail.com
ORCID: 0000-0003-0359-1400

¹ European University at Saint Petersburg, Saint Petersburg, Russia

Аннотация. Данная работа относится к области исследований детской интернет-коммуникации: рассматривается взаимодействие детей в качестве создателей онлайн-видео

Abstract. The paper explores how children who post their own videos (as directors, cameramen or actors) interact with other children (YouTube viewers) on the Internet.

(режиссеров, операторов и актеров) и их зрителей на видео-хостинге «YouTube». Автор анализирует специфику реализации в этих видео практики «вызывания» демонических персонажей — разновидность детских фольклорных практик, направленных на установление контакта со сверхъестественными силами. Материалом для анализа являются видеозаписи и тематические «YouTube»-каналы, посвященные «вызыванию», а также комментарии к ним. Для подробного анализа отобраны видео-«вызывания» персонажей-дарителей. Большинство этих видео представляют собой постановку, по сюжету которой участники «вызывания» устанавливают контакт с дарителем. При этом дети — авторы видео — претендуют на то, что изображаемые на них события являются истинными. Дети-зрители также оценивают видео с позиции достоверности — как правду или ложь. Автор приходит к выводу, что онлайн-видео оказываются чрезвычайно удачным и продуктивным форматом для данной практики, поскольку предоставляют детям новые технические возможности, отвечающие их желанию верить в сверхъестественное. С другой стороны, этот формат бросает вызов вере, поскольку из-за нехватки у детей социальных и технических компетенций качество видео в большинстве случаев делает его постановочный характер слишком очевидным. Для преодоления указанного противоречия в процессе онлайн-взаимодействия детьми совместно вырабатываются и апробируются художественные и риторические стратегии конструирования правдоподобия видео-«вызываний».

The author provides an analysis of the videos related to the 'invocation of spirits' which represent children's folklore practices aimed at establishing a contact with the supernatural forces. The study is based on the videos and thematic YouTube channels devoted to the 'invocation of spirits' as well as comments on them. Certain videos related to the 'giver' characters are selected for a more detailed analysis. Most of these videos illustrate a scene where participants of the 'invocation' try to establish a contact with a 'giver'. At the same time, the children (video authors) claim that the actions they perform are true. Child viewers also perceive the video in terms of its plausibility (truth or lies). The author concludes that online videos is an extremely productive and successful form of this practice as they provide children with new technical opportunities which meet their desire to believe in supernatural forces. On the other hand, this form of communication is a challenge to the belief as most of videos look artificial due to poor quality of videos and the lack of social and technical skills among children. To overcome this contradiction, various artistic and rhetorical strategies of the construction of video 'invocations' plausibility are jointly developed as part of child's online communication.

Ключевые слова: онлайн-видео, «YouTube» каналы, детские «вызывания», персонажи-дарители, конструирование правдоподобия

Keywords: online video, YouTube channels, children's 'invocations of spirits', 'giver' characters, construction of plausibility

В последние десятилетия, по мере распространения мобильных цифровых устройств дети становятся интернет-пользователями во все более раннем возрасте, а также все больше используют интернет не только для поиска информации, но и для коммуникации и создания собственного контента. Так, видеохостинг «YouTube» (далее — «Ютуб») — один из самых востребованных сайтов в детской среде — используется детьми не только для просмотра чужих видео, но и для размещения собственных. Эти видео дети снимают самостоятельно на свои смартфоны или планшеты, выступая одновременно в роли режиссеров, операторов и актеров, а также основных зрителей, о чем можно судить по комментариям к видео (коммуникация посредством комментариев происходит также очень активно).

Среди огромного объема доступного онлайн-контента присутствуют видеоролики, выполненные в самых разных жанрах, в том числе дублирующих взрослых «Ютуб», например в так называемом жанре «распаковки» или обзора товаров — в данном случае детских игрушек («toy unboxing»), — который уже привлек внимание исследователей [Marsh, 2016; Nansen, Nikoll, 2017]. Одновременно с этим большое количество видеоконтента, размещенного на сайте, является продуктом исключительно детской культуры.

Сюжеты многих видеозаписей опираются на *детское фольклорное знание о сверхъестественном*¹, то есть на некий набор фольклорных практик, образов и представлений о явлениях сверхъестественного характера, разделяемых и функционирующих внутри детской среды. В первую очередь, речь идет о различных ритуализованных практиках, нацеленных на установление контакта со сверхъестественными силами. Значительная часть этих практик, обнаруживаемых на видеозаписях, была описана отечественными и западными фольклористами как атрибут детской культуры еще в 1980-х-90-х гг., то есть встраивается в существующую фольклорную традицию: например, спиритические сеансы и гадание [Ellis, 2004], гипноз и левитация [Tucker, 2005; Farris, 2017], поход в заброшенное место [Ellis, 1991, 2004; Kinsella, 2011], а также «вызывания» мифологических персонажей [Топорков, 1992; Чередникова, 2002; Armitage, 2006; Langois, 1978; Tucker 2005]).

Практика «вызывания» представляет собой выполнение детьми некоторого предписанного порядка действий (например, рисования изображения на зеркале или бумаге) с использованием специальных предметов и произнесением специальных магических слов, нацеленных на то, чтобы вызвать появление

¹ Термин «сверхъестественное» является продуктом рационалистической исследовательской позиции и не используется для маркирования этого знания и соответствующих практик самими носителями традиции — детьми. Однако я использую его здесь за неимением лучшего.

в пространстве ритуальных² действий некоего сверхъестественного существа. Самым известным из таких существ, или персонажей детской демонологии, как это принято называть в фольклористике, является Пиковая Дама, но ею далеко не ограничивается список существ, которые могут становиться объектами «вызывания». Он включает как порождения детской культуры (Бабка Матерщинница, Гроб на Колесиках), так и вполне традиционных персонажей взрослой культуры (домовой, покойник, демон), а также медиа-персонажей, например, героев фильмов ужасов (Фредди Крюгер, Самара, Чужой).

Многие из этих сверхъестественных существ, которых дети обобщенно называют «духами», обладают свойством опасности (в том числе смертельной) для «вызывающего». Поэтому устойчивая структура «вызывания» таких персонажей включает в себя способы безопасного прекращения контакта с ними — так называемый «отзыв» (например, при вызывании Пиковой Дамы необходимо стереть нарисованный на зеркале рисунок, а также произнести специальные слова: «Пиковая Дама, уйди!»). Одновременно с этим встречаются и благодетельные персонажи, к которым дети обращаются с просьбой исполнить желание — в первую очередь, принести некий материальный подарок; это так называемые персонажи-дарители. Свойства добродетельности и опасности при этом не обязательно являются взаимоисключающими (возможно, потому, что контакт со сверхъестественным воспринимается как потенциально опасный по умолчанию).

Конечной целью «вызывания», как и доказательством успешности ритуальных действий, является фиксация признаков-свидетельств появления сверхъестественного персонажа в пространстве совершаемого ритуала. В случае с опасными «духами» это могут быть некие визуальные ощущения (возникающие, например, в процессе пристального всматривания в зеркало), посторонние звуки, перемещение предметов, а в случае с персонажами-дарителями — появление материального подарка.

Практика «вызывания», изображенная на видеозаписях, снятых и размещенных детьми на «Ютубе», повторяет традиционную структуру ритуала, описанную выше. При этом на подавляющем большинстве видеозаписей попытки вступления в контакт со сверхъестественным представлены как успешные: «вызывание» обычно завершается тем, что «вызываемый» персонаж оставляет видимые свидетельства своего присутствия, в том числе материальный подарок, если это являлось целью обращения к нему. Для достижения такого эффекта дети — создатели видео используют целый репертуар средств: монтаж (который сейчас доступен как инструмент обработки видео на любом смартфоне или планшете, а также на самом сайте «Ютуб»), операторскую работу, манипуляции с предметами, элементы драматической актерской игры и даже графического дизайна.

Таким образом, «вызывания», как и другие подобные фольклорные практики, получают принципиально новую форму бытования. Традиционно практика «вызывания» функционировала как коллективное действие, предполагающее коммуникацию лицом к лицу с ограниченным числом участников, каждый из ко-

² Термины «ритуал» и «ритуальный», так же как и «магия» и «магический» по отношению к практике «вызывания» используются в данной статье нестрого, основываясь не на содержательных, а на формальных критериях. Кроме того, «ритуалом» называют практику «вызывания» сами дети, то есть этот термин является «эмным».

торых находился «здесь и сейчас», то есть переживание опыта было неотделенным от среды. Поскольку «вызываемые» персонажи часто считались представляющими опасность, эта практика — в том виде, в котором она зафиксирована в фольклорных источниках, — обычно сопровождалась переживанием волнения и страха. Кроме того, практика «вызывания» бытовала в режиме устного нарратива, представленного в двух жанрах: инструкции по «вызыванию», то есть перечисления порядка действий, которые могут привести к появлению мифологического персонажа, и мифологизированных рассказов о «вызываниях» [Чередникова, 2002], повествующих об опыте «вызывания» в прошлом, в форме меморатов и фабулатов.

Будучи зафиксированными на видео и размещенными в интернете, эти практики впервые получают зрителей (причем неограниченное число), не участвующих в процессе и оказывающихся по отношению к нему в позиции критиков, а не соучастников, которые к тому же приобретают возможность выражать оценку происходящего в комментариях. Как и в случае устного нарратива, опыт «вызывания» предстает перед ними отделенным во времени и пространстве, но теперь он зафиксирован в законченной визуальной форме и доступен для многократного просмотра (видео можно перемотать назад, проиграть заново, чтобы увидеть все детали происходящего).

Но самое главное, что действия участников «вызывания», зафиксированные на видео, изначально направлены именно на внешних зрителей. Коллективное действие, исход которого обычно являлся непредсказуемым для «вызывающих», становится перформансом, постановкой, которая снимается специально для аудитории «Ютуба» и нацелена на получение обратной связи в виде «лайков» и комментариев, о чем прямо говорят авторы в начале видеозаписи или перед ее завершением. (Такое подражание приемам, используемым в жанре видеоблоггинга во взрослой культуре, характерно и для других типов детских онлайн-видео на «Ютубе» — ср. [Nansen, Nikoll, 2017]). Иными словами, «вызывание» в видеоформате предполагает согласованные действия участников по заранее определенному сценарию — и с заранее спланированным исходом. Первичным становится не сам опыт участия в «вызывании», а его репрезентация, не получение эмоций, а их разыгрывание.

Возраст детей, снимающих «вызывания» на видео, колеблется от 7—8 до 17—18-ти лет³, то есть в эту практику оказываются вовлеченными как минимум две очень различающиеся возрастные группы — дети до подросткового возраста и подростки. Совершенно естественно поэтому, что качество эксплуатации перечисленных выше инструментов «продакшена» и «постпродакшена» в этих возрастных группах сильно различается, поскольку различаются технические и социальные компетенции. Однако, несмотря на то что эксплуатация этих средств может происходить с большей или меньшей успешностью, в целом с точки зрения взрослого зрителя она воспринимается как наивная.

В этом контексте вызывает удивление тот факт, что для самих участников этого процесса — как создателей видео, так и зрителей — оказывается принципиально

³ Возраст младших детей можно установить только приблизительно, тогда как подростки часто оставляют в своих «Ютуб»-каналах ссылки на страницы в социальных сетях, где может быть указана дата рождения. Встречаются и отдельные случаи участия в этой практике молодых людей в возрасте от 19 до 23 лет.

важным вопросом достоверности этих видеозаписей. Дети-авторы видео претендуют на то, что запечатленные события являются истинными, то есть позиционируют запись не как художественную постановку, а как документальную съемку, как часть объективной реальности, и пытаются убедить своих зрителей в том, что им удалось осуществить контакт со сверхъестественным. Дети-зрители, в свою очередь, также оценивают видео с позиций истинности, вступая в оживленные дискуссии о степени достоверности видео в комментариях, проводя подробный кадровой анализ видеозаписей и выдвигая аргументы «за» и «против»⁴.

Наиболее курьезными в данном случае выглядят видео, демонстрирующие «вызывание» персонажей-дарителей, которые в большинстве случаев заканчиваются возникновением подарка из ниоткуда, причем часто дорогостоящего подарка, такого как смартфон или планшет.

Несмотря на то что в комментариях к видео обычно высказываются противоположные суждения о его достоверности, некоторые видеозаписи получают очевидный перевес в положительных оценках, а некоторые — в отрицательных, то есть коллективно признаются достоверными или недостоверными. Понятно, таким образом, что дети в оценке достоверности руководствуются критериями и представлениями, отличными от взрослого мира, но разделяемыми внутри детской культуры.

Кроме того, обсуждаемые видео провоцируют в комментариях споры о вере в действенность подобных практик и в существование сверхъестественных персонажей вообще. Таким образом, вопрос о вере и достоверности фольклорного знания оказывается здесь крайне актуализированным.

Цель настоящего исследования заключается в том, чтобы выяснить, как именно детьми понимается и конструируется убедительность / правдоподобность фольклорных практик в онлайн-видео формате, как это связано с верой в существование фольклорных персонажей и какие последствия имеет появление новой формы бытования этого фольклорного жанра.

Материалом для исследования являются детские видеоблоги на «Ютубе», посвященные «вызыванию». Для подробного анализа были отобраны видео, демонстрирующие практику «вызывания» персонажей-дарителей. По результатам визуального (содержание видео) и текстового анализа комментариев были выделены типы художественных и коммуникативных приемов, используемых детьми для создания правдоподобности видео, критерии убедительности с точки зрения зрителей, а также риторические приемы и принципы аргументации «за» и «против».

Исследовательский контекст: практика «вызываний» до «Ютуба»

На данный момент социальным наукам в целом еще не так много известно о детях как интернет-пользователях (по крайней мере, о детях младше подросткового возраста) и о месте и роли интернета в детской культуре — работы в этой области только начинают появляться. Самый масштабный проект исследовательской группы под руководством Сони Левингстон [Livingstone, Sefton-Green, 2016] ориентирован в основном на социально-правовые аспекты интернет-практик, на проблемы безопасности детей в сети. Другая значимая работа в этой области,

⁴ Понятно, что роли авторов/создателей и зрителей не являются постоянно закрепленными, и один и тот же ребенок может попеременно выступать то как автор, то как зритель.

монография Патриции Ланж «Kids on YouTube» [Lange, 2014], посвящена образовательному аспекту практик пользования ресурсом «YouTube»: автор анализирует освоение детьми социальных и коммуникативных навыков и медиа-компетенций в процессе их онлайн-активности. При этом игровой и креативный аспекты онлайн-взаимодействия пока что изучены мало. Исследования бытования фольклора в видео-формате на «Ютубе» также чрезвычайно редки (напр., [Stanzak, 2012]), хотя ссылки на необходимость изучения этого материала периодически встречаются в работах последних лет [Farris, 2017, Tucker, 2007—2008]. Исследователи фольклора датируют появление первых подобных видеозаписей в англоязычном «Ютубе» 2007-м годом, то есть практически с самого момента возникновения этого видео-хостинга [Tucker, 2007—2008], однако никакого систематического изучения этого материала до сих пор не проводилось.

Как уже было отмечено, практика «вызываний» и связанные с ней фольклорные нарративы о сверхъестественных персонажах (известные как «страшные истории» или «ghost stories») были подробно рассмотрены фольклористами в 1980—1990-е гг. [Дандес, 2003; Топорков, 1992; Langois, 1978]. Исследования показывают, что данная практика широко распространена во многих странах, принадлежащих евро-американской культуре (в Англии, США, Австралии, Финляндии, Швеции и других), в Японии, а также на постсоветском пространстве (в первую очередь в России и в Украине), главным образом среди детей младшего и среднего школьного возраста. Вопрос о ее смысле и функции чаще всего получал в литературе психологическое объяснение. Так, многие исследователи считают, что «вызывания» дают детям возможность почувствовать свою власть над сверхъестественными силами и пережить контролируемый страх, поскольку контакт инициируется самим ребенком (с помощью магических слов и действий) и может быть прекращен также по его желанию [Чередникова, 2002; Armitage 2006].

Англоязычные публикации, посвященные детским магическим практикам и «вызыванию», ограничиваются анализом опасных персонажей, таких как Кровавая Мэри (Bloody Mary) и ее варианты (Mary Whales, White Lady, Svarte Madam), Чарли или Чаки, и других. Все персонажи-дарители, которые фигурируют в исследованиях детского фольклора англоязычных стран, относятся к так называемым календарным дарителям, появление которых привязано к определенному празднику (Санта-Клаус, Пасхальный Заяц) или к какому-то событию в жизни ребенка (Зубная Фея). Дарители, контакт с которыми может быть инициирован самим ребенком по его желанию и вне специально установленного времени, в западной традиции предположительно отсутствуют, по крайней мере на данный момент мне не удалось найти упоминания подобных явлений в литературе. Это отсутствие подтверждается поиском по ключевым словам в англоязычном «Ютубе»: если «вызывание» Кровавой Мэри и других страшных персонажей там также является популярным сюжетом для видеопостановок, то видеозаписи, демонстрирующие обращение ребенка к персонажам-дарителям и получение от них подарка, в англоязычной версии сайта не обнаруживаются.

На русском же материале существование в детском фольклоре мифологических дарителей, к которым ребенок может обратиться напрямую через «вызывание», фиксировалось многими фольклористами в 1980—2000-е гг. [Мутина, 2005;

Урванцева, 2003; Чередникова, 2002]. В первую очередь, это был Гномик и его варианты — Жвачный Гномик (или Жвачный Король), Гномик-Сладкоежка, Мятный Гном, а также Золушка, Белоснежка, Русалка, Пьяный Ежик, Домовой. Такой тип «вызывания» принято называть «кормление-задабривание», потому что он предполагает наличие подношения от ребенка, которое тот должен отдать «вызываемому» персонажу в обмен на подарок (подношение также может работать как приманка). Полноценным дарителем из перечисленных персонажей, однако, являлся только Гномик. В остальных случаях «приманка» использовалась для получения свидетельства появления сверхъестественного существа и успешности ритуальных действий (существо должно было съесть, отпить или откусить предлагаемое подношение) и не предполагала возникновения ответного дара.

Единственную интерпретацию этого явления находим в работе М. П. Чередниковой, и эта интерпретация опять же носит психологический характер. Исследовательница видела функцию этого типа «вызываний» в переживании воображаемого осуществления мечты. «Таковы вызывания Жвачного короля, осыпающего ребёнка жвачкой, Шоколадного гномика, приносящего не всегда доступную в реальной жизни шоколадку. [...] В данном случае для ребёнка важно сознание того, что он может сделать всё необходимое для осуществления желания. Удовлетворение доставляет иллюзорная реализация мечты. Это чувство усиливается при многократном повторении рассказа в присутствии доверчивых слушателей» [Чередникова, 2002:74—75].

Как видим, по М. П. Чередниковой, данный тип «вызываний» функционирует не в форме реальной практики, а в форме рассказов о «вызываниях» или инструкций по их осуществлению. Это связано с тем, что в ситуации взаимодействия «здесь и сейчас» трудно обеспечить успех ритуала, поскольку он предполагает видимые материальные изменения в мире.

Практика «вызывания» опасных персонажей, напротив, основана на визуальных и аудиальных ощущениях и на особенностях психофизиологического устройства человека. Результаты исследований показывают, что пристальное всматривание в свое отражение в зеркале в условиях слабого освещения — обязательные условия вызывания Пиковой Дамы — с большой долей вероятности вызывает у психически здорового человека визуальные галлюцинации (цит. по [Ellis 2004: 169]). Ощущения отдельного участника ритуала подтверждаются коллективным опытом: «При общем эмоциональном напряжении любой источник света, отразившийся в зеркале да ещё совпавший со скрипом двери, «белая», «красная» или «черная» точка, приходящая, как кажется всем собравшимся, в движение, вызывает страх и стремление как можно быстрее прекратить «магию». [...] Совместно пережитый страх, связанный со случайным визуальным или слуховым впечатлением, и становится главным доказательством реальности появления опасного «вызываемого» персонажа» [Чередникова, 2002: 74]. Возможность поверить в силу ритуальных действий обеспечивала воспроизводимость данной культурной практики (собственно, на этом эффекте построены все традиционные гадания) [Чередникова, 2002: 67; Ellis, 2004]. Поэтому данный тип «вызываний» активно функционировал как в форме «рассказов» о «вызывании», так и в форме коллективного действия.

В случае с дарителями устная форма рассказа о «вызываниях», которую невозможно верифицировать, предоставляла практически неограниченные возможности для повествования о самых немислимых дарах, которыми в воображении ребенка одаривал его сверхъестественный персонаж. (М. П. Чередникова показывает, что устность формы работает не только на убеждение слушателей, но и на самоубеждение рассказчика).

Дар мог быть либо умозрительным, либо же ребенок мог демонстрировать имеющийся у него предмет и привязывать рассказ о «вызывании» к нему — утверждать, что он получил его в подарок от персонажа-дарителя (в данном случае происходит мистификация не самого предмета, а способа его получения). Именно второй вариант характерен для видео на «Ютубе».

Свидетельства о практиках коллективного «вызывания» гномика-дарителя все же встречаются — как в личных беседах с представителями того поколения, чье детство пришлось на 90-е годы, так и в воспоминаниях на тематических форумах (хотя действительно намного реже, чем «вызывания» опасных персонажей).

При этом «вызывания» дарителей, как и сам образ подобных персонажей в детском фольклоре, никогда не подвергались серьезному анализу. Поэтому обилие релевантного материала, ставшее доступным для исследования после перехода этой практики в онлайн-формат, обосновывает помещение ее в центр анализа.

Описание этих практик неизбежно вызывает у читателя вопрос: а верят ли дети во все это по-настоящему? Среди исследователей детского фольклора нет единой позиции по поводу веры детей в сверхъестественное (то есть в силу ритуализованных действий и в существование мифологических персонажей), как нет и консенсуса по поводу концептуализации этих практик (их называют и ритуалом, и игрой, и даже детской магией). Вера либо принимается как априорная данность (так, отечественные фольклористы склонны были считать, что она абсолютна в возрасте младшей школы и ослабевает в процессе взросления ребенка [Лойтер, 2001; Чередникова, 2002]), либо оценивается как поверхностная, неглубокая [Carpenter, 1987], либо рассматривается как незначимый, второстепенный аспект этих практик [Dégh, 2001; Ellis, 1991]. Противоречивость и непостоянство позиции детей по поводу веры (склонность менять свою точку зрения или выражать неуверенность), с которой периодически сталкивались исследователи («Я как бы верю и не верю» [Чередникова, 2002: 66]), интерпретировалась ими как показатель ее поверхностности [Armitage, 2006, Carpenter, 1987]. Негласно подразумевалось, что дети не верят по-настоящему, а, скорее, играют в веру.

Тем не менее, актуальность вопроса о вере детей в происходящее в ходе реализации конкретных магических практик, а также об их вере в сверхъестественное вообще, становится очевидной даже при самом поверхностном знакомстве с видео-«вызываниями» и комментариями к ним. Как видим, данная проблема нуждается в более пристальном и серьезном исследовательском внимании.

Анализ материала

Обзор тематических видеозаписей в сети «Ютуб» показал, что самой распространенной локацией для «вызываний» является квартира, которая задействуется целиком, если дома нет родителей (соблюдение этого условия, по-видимому, яв-

ляется предпочтительным для проведения съемок), а в противоположном случае ограничивается комнатой ребенка. «Вызывание» может происходить и за пределами квартиры — на улице или в подъезде, однако это характерно в большей степени для «вызывания» опасных персонажей, не обладающих функцией дарителя. Съемка видео ведется полностью от первого лица, когда оператор, он же основной участник «вызывания», вообще не попадает в кадр (зритель видит только его руки и ноги), или же автор видео периодически разворачивает объектив камеры в свою сторону, демонстрируя свои действия зрителям со стороны. На видеозаписи фигурируют один или двое участников (в редких случаях их количество может достигать до пяти). При этом на протяжении большей части съемки камера находится в руках одного из участников «вызывания» и сопровождает все перемещения «вызывающих» по квартире (или другому пространству совершения ритуальных действий) — это общее свойство видео «вызывания» всех типов. Зритель, таким образом, как бы получает взгляд на происходящее с позиции участника.

Анализ запросов в поисковой строке сайта «Ютуб» по ключевому слову «вызов» демонстрирует, что на данный момент существует пять основных дарителей, к которым дети обращаются с просьбой об исполнении желания. Это уже известный по предыдущим эпохам Гномик (в его вариантах Гномик Сладкоежка, Гномик Исполнитель Желаний, Денежный Гномик, Жвачный Гномик, Жвачный Король и Подарочник), более обобщенные фольклорные образы, такие как Фея (или Фея Желаний) и Джин, а также новый персонаж, который никогда ранее не фиксировался фольклористами в ряду персонажей детской демонологии — Кот (Египетский Кот или Кот Желаний). Этот список завершает Дед Мороз (часто обозначаемый как «дух Деда Мороза»), ранее также никогда не встречавшийся в качестве персонажа «вызываний». Таким образом, список персонажей-дарителей, контакт с которыми может быть установлен самим ребенком, оказывается расширенным по сравнению с предыдущими десятилетиями, причем как за счет появления новых персонажей, так и за счет изменения свойств давно существующих. Так, Дед Мороз, обращение к которому традиционно было достаточно жестко привязано к зимним календарным праздникам, а также осуществлялось опосредованно (вспомним традиционную форму обращения в виде письма), меняет свои характеристики — теперь ребенок может обратиться к нему напрямую, причем без привязки к дате и времени суток (ср. популярный поисковый запрос «вызов деда мороза летом» и название одного из видео «*Вызов духов вызов деда мороза 2. Осенью днем вызвал и он пришел!!!*»).

Типичная структура ритуала «вызывания» мифологического персонажа-дарителя, в том виде, в каком она представлена в нашем материале, совпадает с традиционной, до-онлайн формой, описанной в фольклорных источниках [Чередникова, 2002]. Она предполагает, во-первых, наличие так называемых предметов-медиаторов, каким-то образом ассоциирующихся с вызываемым персонажем. К примеру, для «вызова» Гномика нужно нарисовать дом с номером квартиры/дома, в котором находится «вызывающий» (этот рисунок призван служить для Гномика пространственным ориентиром), для «вызова» Деда Мороза необходим элемент его одежды — красная шапка. Во-вторых, как уже отмечалось выше, устойчивым элементом является наличие предметов-подношений — так, Гномику нужно подложить что-то

сладкое, Деду Морозу — оставить печенье и стакан молока, Фее — отдать какую-нибудь собственную вещь в обмен на подарок (поскольку к Фее чаще всего обращаются девочки, обычно это предмет девичьего гардероба — браслет или заколки). После того, как необходимые предметы подготовлены, «вызывающий» произносит или пишет на бумаге магические слова, обращенные к сверхъестественному персонажу (которые обычно повторяются троекратно), например: «Гномик, исполняющий желания приди, исполни желания мои». (При этом если Гном может исполнить только одно или два желания — по количеству конфет-подношений, то Кота, как и Фею, можно попросить об исполнении целых семи).

Следующий за этим устойчивый элемент ритуала предполагает создание условий, при которых участники ритуальных действий на некоторое время — часто установленное заранее — теряют возможность видеть то место, в котором должно совершиться явление сверхъестественного персонажа и появление подарка.

Этот элемент является ключевым для данного типа «вызываний», потому что обеспечивает возможность для ритуальных действий быть успешными. На этом же принципе построена коммуникация и с другими персонажами-дарителями в детском фольклоре: «Многие элементы «дед-морозовской» мифологии призваны помочь родителям инсценировать приход ДМ [ДМ — Дед Мороз, сокращение авторское]: например, запреты, направленные на предотвращение контактов с ДМ (ребенок должен уйти из комнаты в момент появления подарков, а его неожиданное появление или подглядывание может «спугнуть» ДМ, или ДМ придет только после того, как ребенок заснет)» [Хромова, 2003:101]. Точно также в практику «вызывания» оказывается встроенным «слепое пятно», которое создает возможность для инсценировки, однако в этом случае она совершается не взрослыми, а самими детьми — участниками ритуала.

В инструкциях по вызыванию встречаются следующие варианты «слепого пятна»: нужно выйти из комнаты, отвернуться, спрятаться в шкаф или под одеяло, положить записку с желанием и подношением в «место, в которое реже всего заглядываешь», а также закрыть глаза или выключить свет. Собственно, устная офлайн-форма обеспечивает соблюдение этого условия в полном объеме: сам момент прихода персонажа и совершение сверхъестественного события — материализация дара — недоступен взору участников, видимым оказывается только его результат (если ребенок демонстрирует имеющийся у него объект), либо и сам результат оказывается умозрительным (если дар является лишь порождением детской фантазии).

В видеоформате «слепое пятно» принимает следующую форму: после произнесения магических слов «вызывающий» вместе с камерой «покидает» место ритуала (выходит из комнаты, залезает в шкаф, залезает под одеяло, либо просто поворачивает объектив камеры в противоположную сторону — так чтобы место предполагаемого появления сверхъестественного персонажа не попадало в ее объектив). После «возвращения» он в большинстве случаев обнаруживает следы визита сверхъестественного существа и/или материальный объект — подарок.

Сценарий такой постановки требует либо наличия «помощника», то есть тайного участника, существование которого тщательно скрывается от зрителя и который подкладывает подарок, пока «вызывающий» перемещается по квартире с каме-

рой, либо же спланированных действий одного участника, потому что видеоформат позволяет организовывать такую постановку и в одиночестве (с помощью монтажа или ловкости рук). Получается, что условие «слепого пятна» сохраняется для зрителей, но не для самих участников этой практики.

Структура «вызывания» опасных персонажей типа Пиковой Дамы не предполагает наличия «слепого пятна». Наоборот, она предполагает отслеживание визуальных и аудиальных признаков присутствия персонажа, который может проявить себя не только в заранее определенном месте, но и во всем остальном пространстве ритуала (так, не смотря на то, что приход Пиковой Дамы должен осуществиться через зеркало, она может проявиться и любым другим образом). Поэтому по сюжету видеозаписей такого типа, после совершения ритуальных действий участники «вызывания» начинают перемещаться по квартире в поисках таких свидетельств. Однако если в офлайн-практиках эти свидетельства являются либо порождением человеческой психики, либо интерпретацией неких случайных событий, которая обусловлена определенным настроением (ожиданием появления сверхъестественного существа), то в онлайн-формате их авторами становятся сами создатели видео (в первую очередь, тайный помощник). Формы проявления персонажа включают в себя акустическую, кинетическую, воздействие на электрическое оборудование. Они могут обнаруживаться участником постфактум (например, когда «оказывается», что предмет поменял свое расположение), а могут происходить в режиме реального времени — зритель может слышать какие-то звуки, видеть, как падают предметы, закрываются или открываются двери. Но источник этих проявлений обычно остается неизвестным: в большинстве случаев персонаж не появляется перед зрителем сам, а проявляет себя опосредованно (что также заложено и в устойчивой структуре ритуала). Это обеспечивает комфортные условия для постановки — закадровых действий.

При этом нужно отметить, что на видеозаписях «вызываний», снятых подростками, «страшный» персонаж может показываться зрителям — в форме тени или отражения в зеркале. Это становится возможным благодаря задействованию элементов графического дизайна, то есть более продвинутых инструментов «постпродакшена», не доступных детям младшего возраста.

Конструирование правдоподобия видео с точки зрения его создателей

Рассмотрим теперь, с помощью каких коммуникативных и художественных приемов, создатели видео создают его убедительность/правдоподобность (напомню, большинство «вызываний» на видео завершается успехом). Начнем с общих приемов, которые не являются специфичными для «вызывания» дарителей, а характерны для видео-«вызываний» вообще.

В первую очередь, бросается в глаза опора на так называемые метакоммуникативы — черта, характерная для детской коммуникации в целом. Они используются в названиях видео («*Вызов гномика. он пришел риааально*», «*это не фейк!!!!*»), «*вызов чики. Она существует!!!!!!!*», «*Это правда*») и в устных комментариях автора / авторов («*Я вам реально отвечаю, ребят, это правда, я не вру, я ничего не подкладывал*», «*Мы вот без подставы, клянемся. Без подставы мы*»⁵).

⁵ Здесь и далее орфография и пунктуация оригиналов сохранена.

Кроме того, дети с большим или меньшим успехом пытаются использовать элементы драматической игры для изображения эмоций, которые ассоциируются в их представлении с разными этапами «вызывания» — страх в случае «вызова» опасных персонажей и удивление от находки в случае «вызова» дарителя. (Часто эмоция страха изображается и по отношению к приходу дарителей). Поскольку репертуар драматических средств в детском возрасте еще достаточно скуден, обе эти эмоции — испуг и удивление — передаются в первую очередь вербально, и самым часто используемым словом, употребляемым авторами на видео, является слово *офигеть*: *«Офигеть ребят я думал, у нас не получится! Офигеть, я думал, не выйдет у нас! Я думал, у нас не получится вызывать, потому что какой-то легкий слишком способ».*

В репрезентации этой практики на «Ютубе» «вызывающий», он же главное действующее лицо (или «вызывающие», если их несколько), постоянно взаимодействует со зрителем, используя обращения (*ребята, друзья, вы*), прямые просьбы или вопросы, а также сопровождая каждое свое действие комментарием. Часто в этих комментариях используется форма множественного числа. Вот типичное начало: *«Всем привет! Сегодня **мы будем** вызывать Гномика, Исполняющего Желания».* Под «мы» в данном случае имеются в виду «вызывающий» (или «вызывающие») вместе со зрителями. Такая речевая форма, очевидно, является подражанием манере телеведущих и блогеров, которая используется, например, в кулинарных телешоу, а также в «Ютуб»-жанре «челлендж» («challenge») и в других жанрах видео-блоггинга, на который в первую очередь, по-видимому, ориентируются дети. Ср.: *«Ну что ж, **ребят**, давайте перейдем к «вызову». Нам **для «вызова»** этого **понадобится**: две конфеты абсолютно любые — у меня это вот такие, «Коровка», у меня их две, и **нам понадобится** еще листочек, и нарисовать домик вот такой, с одним окном и одной дверью. После того, как **мы положим** сюда конфеты, **нам нужно будет сказать** «Гномик, исполняющий желания, приди, и желания мои исполни», три раза. **Давайте, говорим.** И он **нам** взамен **должен** что-то **принести**. Гномик, исполняющий желания приди, желания мои исполни. Гномик, исполняющий желания приди, желания мои исполни. Гномик, исполняющий желания приди, желания мои исполни. И теперь **нужно** или **спрятаться**, или **выйти**. Я **выйду**, конечно, из комнаты (выходит), **закрою дверь** (закрывает дверь) и **чуть-чуть подожду**». Или: *«Так, давайте, я залезу [в шкаф] и **буду с вами ждать**».**

В этом смысле ритуал действительно начинает напоминать приготовление блюда или эксперимент с непредсказуемым результатом. Показательно, что на некоторых «Ютуб»-каналах видео «вызовов духов» попадает в подборку «челленджей», наряду с купанием в ванне из чипсов и попытками съесть несколько лимонов целиком перед объективом видеокамеры. Это характерно для блогеров старшего подросткового возраста, причем как русскоязычных, так и англоязычных (ср. названия видео *«Вызов духов пиковая дама она пришла челлендж»* и *«Charlie Charlie Demon Challenge GOES WRONG!»*).

Как видим, автор процитированного монолога стремится к максимальному вовлечению зрителей в процесс — он даже вкладывает свои слова в уста зрителей (*давайте, говорим*) и помещает их внутрь шкафа (*буду с вами ждать*). Эта интерактивность приводит к тому, что — как в этом отрывке — автор находится

внутри фрейма ритуала только в тот момент, когда он произносит магические слова. В остальное время (до момента фиксации признаков появления сверхъестественного персонажа) он, по сути, находится вне ритуального фрейма и комментирует его со стороны.

Намеренное помещение «вызывания» в рамку эксперимента также является одной из стратегий повышения убедительности — таким образом автор стремится обозначить свою роль как отстраненного наблюдателя, незаинтересованного в успехе производимых ритуальных действий, а лишь стремящегося к установлению объективной истины: *«Сейчас мы узнаем, правда это или ложь», «Я не буду вас обманывать, потому что сама **хочу узнать, существует Фея Желаний или нет**».*

К приемам, призванным создать у зрителя ощущение «чистоты эксперимента», относятся также: демонстрация отсутствия «помощников» (когда ребенок поочередно разворачивает объектив камеры в разные части пространства комнаты или квартиры: *«Вот, я вам показываю, у меня дома никого нет»*), акцентирование внимания на отсутствии монтажа (даже если он есть) и выдерживание «реального» временного промежутка. Последнее связано с особенностями ритуальной структуры вызывания дарителя, в соответствии с которой «вызывающий» не должен видеть место, в котором должна произойти желаемая метаморфоза, на протяжении некоторого промежутка времени. В инструкциях по вызыванию он часто бывает четко прописан, и может варьироваться от 10 секунд до 10 минут — понятно, что значением здесь обладает не конкретная длительность, а сама фиксированность, определенность этого промежутка. Авторы видео используют эту «точность» в качестве средства повышения достоверности видеозаписи, стремясь сделать так, чтобы заданное время ожидания соответствовало реальной длительности видеозаписи, то есть не прерывалось монтажом. Это приводит к курьезным ситуациям, когда ребенок на протяжении десяти минут вынужден чем-то «забивать эфир» (начинает показывать зрителям вид из окна, предметы интерьера или просто рассказывать о чем-то отвлеченном).

Кроме того, риторическим средством повышения убедительности является рационализация. Вот таким комментарием сопроводил один из авторов видео появление смартфона, закаazanного им у Гномаика: *«Вы, наверное, будете там писать в комментариях, что типо во-о-от, это ты мог подложи-и-ить специа-а-ально. Но **зачем мне тогда точно такой же телефон второй** (демонстрирует два одинаковых телефона)?».* В этом обращении к зрителям автор видео пытается предупредить их возможные претензии и сомнения в достоверности, о которых он очевидным образом узнал из комментариев к другим видео.

Манифестируя наличие критического взгляда на происходящее, авторы видео помещают себя в позицию изначальной невовлеченности в ритуал, пытаясь тем самым снять с себя ответственность за его успех (то есть собственно свершение сверхъестественного события). Эта тенденция поддерживается использованием еще одного риторического приема конструирования достоверности, призванного продемонстрировать зрителям отсутствие у участников «вызывания» «слепой веры» в силу ритуальных действий — а именно прямое выражение сомнения или неверия в действенность ритуала и / или в существование сверхъестественных персонажей перед началом «вызывания» (или во время ожидания «прихода»

персонажа): «Не знаю, мне что-то **не верится**, мне кажется, Дед Мороз не придет. Я вообще **не верю в Деда Мороза**, я уже давно не верю» или «В общем-то я считаю, что это **фейк**. И я надеюсь, что это не фейк». Это выражение неверия также может подкрепляться рациональной аргументацией: «Ну, ребят, я, конечно, не очень верю, потому что если бы этот вызов работал, то все б люди уже стали миллионерами. Они бы просили, что хотели, и все» (комментарий перед «вызыванием» Гномика Исполнителя Желаний). Все приведенные высказывания предваряли обнаружение ребенком желаемого подарка. Интересно, что данный прием не использовался в ранних видео (двух- или трехлетней давности), а сформировался, по-видимому, как реакция на большое количество комментариев с негативной оценкой достоверности видео, изображающих ритуал «вызывания», завершающийся успехом.

Таким образом, становится понятно, что рассматриваемые здесь критерии и средства повышения достоверности вырабатываются совместно во взаимодействии участников онлайн-коммуникации этого типа — авторов видео и их зрителей. Многие блогеры также реагируют на негативные комментарии, оценивающие видео как недостоверное, снимая новые версии «вызывания» того же или других персонажей с учетом полученных замечаний, чтобы повысить достоверность видео. Так, одна девочка возраста восьми-девяти лет позвала в качестве «независимого» свидетеля свою младшую сестру возраста примерно четырех лет, факт присутствия которой, по ее мнению, должен был повысить убедительность ритуала.

Восприятие видео с позиции зрителей⁶

Как было сказано выше, дети-зрители в комментариях оценивают видео с позиции достоверности/недостоверности. Часто комментарии к видеороликам, на которых демонстрируется успешный ритуал «вызывания» персонажа-дарителя, содержат негативную оценку достоверности видео, для этого чаще всего используется слово *фейк*. Комментаторы в обосновании своей позиции так же, как и создатели видео, эксплуатируют рационализаторский дискурс, совершая по-секундный разбор видеозаписи с приведением развернутых аргументов в пользу достоверности видео и против нее. Парадоксально, что при этом они чаще всего исходят из допущения вероятности существования сверхъестественных персонажей и «возможности» их вызвать:

«Если бы это была правда он был этот телефон в коробке с плёнкой и совсем набором без подзарядки даже и без наушников ничего нету!!!!!!»; «это просто очевидно он положил камеру и выбросил конфету или сел, но мне кажется что выбросил, но если ты скажишь типо «Ага конечно, а где звук падения» то я тебе скажу что **конфеты маленькие и от них и не будет слышен звук! И ЭТО ВИДЕО**

⁶ При анализе комментариев я столкнулась с методологической проблемой: поскольку невозможно определить возраст комментатора, сложно делать выводы относительно особенностей восприятия видеозаписей той или иной возрастной группой. Единственный ориентир в данном случае — это количество и тип орфографических ошибок. Однако он также не всегда работает, и, кроме того, дает достаточно грубое и неточное деление на маленьких детей и подростков, но я все-таки опираюсь на него за неимением альтернатив. Дополнительным ориентиром отчасти может служить также характер видео и канала, на котором он размещен: среди аудитории каналов с «вызываниями» опасных персонажей больше подростков, в то время как «вызывания» дарителей в целом смотрят дети младшего возраста. В анализ включались только такие комментарии, на счет которых не возникало подозрений, что он может принадлежать взрослому или старшему подростку.

ФЭЙК»; «Надо было себя показывать, присутствовали паузы да и вообще, **где доказательства**, что не ты съела конфеты?»; «Меня одну смущает то что, **планшет без коробки и без документов. И без зарядки...**».

Таким образом, рационализаторская позиция оказывается как бы помещенной внутрь внерационального допущения: «**если дед мороз бы пришел реально мы услышали бы звук саней как он приземлился бы**». А следующий комментарий относится к видео, по сюжету которого в ответ на просьбу исполнить желания Кот оставил «вызывающим» записку: «**египетский кот пишет только на английском и ещё он пишет не так аккуратно так что все мы знаем что вы это написали и положили под кровать**».

Как видим, из факта сомнения в подлинности конкретной видеозаписи совершенно не обязательно следует разочарование в вере в существование сверхъестественного вообще и мифологических персонажей в частности: «**Я не сомневаюсь что он существует но ты может сам молоко выпил и печенье съел**»; «**кот существует но он не исполнил желания 1.он с другом 2.он написал записку еще до начала видео**».

Периодически то или иное видео «вызываний» получает явный перевес в «за» или «против», то есть коллективно признается достоверным или недостоверным. Критерий успеха у зрителей, конечно, в большой степени обуславливается аккуратностью использования средств постановки (таких как монтаж или манипуляция с предметами), которые должны быть как можно менее незаметными, а также убедительностью драматической игры, которую активно требуют от автора зрители, выступая как своего рода «худсовет»: «**это 100% фейк, он бы был тогда немного напуган а он не испугался**», «**Мальчик, это лицо не означает ОФИГЕННОЕ СОСТОЯНИЕ**», «**Эмоций ноль...**». Поскольку качество использования тех или иных средств конструирования убедительности находится в прямой зависимости от степени освоения социальных и технических компетенций, совершенно не удивительно, что два самых популярных «Ютуб»-канала, посвященных «вызыванию», ведут старшие подростки.

Однако эта зависимость не является абсолютно прямой и соблюдается не всегда. Складывается впечатление, что помимо всего прочего кредит доверия получают те блогеры, за которыми просто приятно наблюдать (то есть имеют значение такие качества, как внешняя привлекательность и артистизм).

Авторы, не соответствующие зрительским критериям достоверности или не вызывающие симпатии, могут спровоцировать волну негодования — создателя видео обвиняют в неуважении к аудитории: «**Ты думаешь мы тупые он на нитке че тут думать тут не кому не Блет**», «**Ты за кого нас принимаешь?! И после этого ты хочешь, чтобы мы тебе поверили? Ага, щас!!!**», «**Ты обманул, ты обрезал видео, ты в это время положил из своей пачки жвачки и ты думаешь мы такие слепые и тупые? Ставим дизлайки**».

Сравнение комментариев к видеозаписям авторов, обладающих и не обладающих успехом у аудитории, показывает, что посредством комментариев зрители осуществляют коллективную цензуру и формируют своего рода «зрительский заказ». Успешные с точки зрения зрителей авторы поощряются к тому, чтобы продолжать снимать «вызывания» на видео и демонстрировать их другим: «**аленкий цветочик**

ты такая классная **можешь по больше выпускать вызовы духов** например там денежного гномика египетского кота и тд», «класс я верю потому что ты всегда рада ты классная обожаю тебя ты молодец **у тебя хорошо получается**». Им также поступают заказы на создание видео «вызывания» конкретных персонажей: «Вызави чужова», «Вызави слендара», «Вызови гроб на колёсиках! (Это не шутка. Этого духа нужна вызывать на улице)». Кроме того, с ними начинают советоваться по поводу техник «вызывания», признавая их мнение в качестве экспертного: «слушай ответь плиз. у меня 3 вопроса. 1 это не фейк? 2 можно в любое время суток вызывать. и 3 **можно ли любым карандашом нарисовать дом?** ответь это очень важно ну или можешь снять видос про слаткоежку ещё раз. пж:)), «**А получится** вызвать с собаками и котами дома и **если в доме кто-то есть???**».

Обсуждение в комментариях в таких случаях сдвигается со степени достоверности видео (как в случае неуспешных авторов) на характеристики его создателей: «Круто **ты молодец**», «очень круто!», «**ты самый лутший!**», «сколько же я ждала новые видео:))) Обожаю твой канал, **ты топ**». Даже выражение веры сдвигается с собственно сверхъестественных сущностей и силы ритуальных действий на личность «вызывающего»: «Очень **круто делай еще** видио не здавайся мы **в тебя верим!!!!**». В то время как неуспешные режиссеры, наоборот, осуждаются. Зрители дают им советы относительно того, как снимать «вызывания» «правильно», а также могут настаивать на внесении корректировок: «ето правда или нет я видел что ты ставила на паузу и наверное ты съела конфеты **снимай без паузу чтоб верили что ето правда**», «Ребят, да это на**алово! В жизни всё не так просто как думают некоторые п**дики:/ Так что... **найдите способ вызывать по-другому!** Удачи».

Принципиальным значением обладает следующая закономерность: в тех случаях, когда «вызывание» на видео все-таки завершается «неуспехом», то есть вызываемый персонаж не оставляет видимых свидетельств своего присутствия, реакция комментаторов оказывается ровно противоположной той, которая была описана выше. Зрители возлагают вину за неудачу на автора, указывая ему на ошибки при совершении «ритуала»: «**конфеты должны быть шоколадными, попробуйте еще раз**», «вы думали он вам даст айфон 6s **у него дорогие подарки нельзя просить**», «надо было на бумажке написать номер квартиры». В то время как в других случаях те же действия не считаются ошибочными. Вот еще несколько примеров: «давай я тебе скажу почему Фея Желаний к тебе не пришла, потому что туда куда Фея Желаний будет тебе подарок ложить **надо было там тебе ещё нарисовать три волны!**». «На кружке надо было ещё волны нарисовать **сама виновата** что она к тебе не пришла», «она не сразу придёт у меня пришла **только со 9 раза**», «ты просто **неправильно** поставила руку или **не верешь в фей**».

Если автор неудачного «вызывания» делает из этого вывод о том, что вызываемого персонажа не существует, зрители могут указывать ему на необходимость неоднократного повторения действий: «То есть, тебе мы должны верить, что она не существует, а другим, мы не должны верить, что она существует. Да, **я тоже пробовала и у меня не получилось, но я не думаю что это фейк. И ещё ты попробовала только 1 раз** и сразу подумала, что феи не существует, возможно она существует, **попробуй ещё раз!**».

Еще один распространенный тип комментариев — ссылка на собственный опыт «вызывания», который может представляться как успешный или как неуспешный. В случае если комментатор ссылается на успешный опыт вызова дарителя и получения от него даров, то его комментарий начинает работать по законам устных мифологизированных рассказов о «вызывании», истинность которых невозможно проверить: «**ЕСТЬ! Получилось целых три спиннера супер!**», «**Я ВЫЗВАЛА ДЕДА МОРОЗА 4 ДЕКОБРЯ ДНЁМ И ОН ПРИНЁС МНЕ МОНСТЕР ХАЙ!**», «*ко мне пришла и пренисла АЙФОН я офигела*». Таким образом, видеоформат «вызываний» сосуществует в онлайн-пространстве с традиционной формой бытования этой практики.

Однако если описания успешных «вызываний» представляют собой мистификацию, то ссылки на неудачный опыт «вызывания» являют собой более сложный случай. Неудачный опыт «вызывания» может повлечь за собой разочарование в вере в сверхъестественное: «**А ка мне не прешла!! Я растроина я теперь ду-маю что никого не существует не получилось не существует!!**», «**Феи желаний не существует Я пробовал уже сто раз правда сто раз и вообще не существует**», «**И у меня тоже никто не пришел ни какой феи не существует все не существует**». В приведенных комментариях *не существует* и *не получается*, судя по всему, являются синонимами. Авторы этих комментариев демонстрируют разочарование и неудачей, и своим выводом, поэтому, по-видимому, апеллируют к неудачным попытка «вызывать» сверхъестественного персонажа, имевшим место в реальности. Отметим, что комментарии, повествующие о неудачных «вызываниях», могут также являться мистификацией, имеющей целью дискредитировать конкретное видео или автора, используя как аргумент в пользу оценки видео как недостоверного.

Особенности бытования видео-«вызываний» дарителей в онлайн-среде

Анализ видео с «вызыванием» персонажей-дарителей, помимо всего прочего, позволяет зафиксировать, как происходит усвоение «взрослого» понимания достоверности и меняется представление о границах возможного. Поскольку данный тип «вызывания» предполагает заметные материальные изменения в мире — появление подарка из ниоткуда, — видео, заканчивающиеся получением ребенка материального предмета от дарителя, снимаются практически исключительно детьми до подросткового возраста.

Большая часть видеозаписей «вызывания» дарителей размещена не на тематических каналах. Однако отдельные каналы, в которых значительная часть видео посвящена «вызову» именно духов-дарителей, все-таки встречаются. Здесь наблюдается четкая гендерная специализация — подавляющее большинство таких каналов ведут девочки (хотя персонажи-дарители, за исключением Феи, не имеют гендерной привязки — их в равной степени вызывают мальчики и девочки). Видеоролики «вызываний» сосуществуют на таких каналах со множеством других видео, никак не связанных с темой сверхъестественного, а сам канал часто носит имя владелицы. Авторы «вызываний» здесь, как правило, не пытаются изобразить страх, а иногда жанр «вызывания» даже контаминируется с жанром обзора товаров (когда автор начинает долго и подробно демонстрировать каждый из полученных даров зрителям).

Напротив, большая часть объема видео «вызываний» опасных персонажей сосредоточена на тематических каналах. На пространстве «Ютуба» встречаются специализированные каналы, посвященные «вызову духов», что всегда отражено в их названии. Мне удалось найти около 15 таких каналов, самый популярный из которых имеет 500 тысяч подписчиков. Эти каналы ведут подростки — примерно от 13 до 17 лет, причем исключительно мальчики. Контент таких каналов имеет цель вызывать у зрителя переживание страха.

Показательно, что в списке персонажей, которых «вызывают» подростки, дарители либо полностью отсутствуют, либо представлены в своей опасной ипостаси, то есть при «вызывании» они ведут себя точно так же, как остальные опасные «духи»: *«все думают, что феи — это такие добрые существа. Кто их знает, ребят. Может, это вообще такие маленькие демоны, которые питаются энергией. Мы же сами не знаем»*. После совершения ритуальных действий в пространстве, где находятся участники, наблюдаются такие проявления, как посторонние звуки, самопроизвольное перемещение предметов или их пропажа, возгорание — то есть действия, которые в повседневной жизни могут произойти и часто происходят «сами по себе», без вмешательства человека, поэтому ответственность за них гораздо легче приписать некоей сверхъестественной воле. Кроме того, дарителей в данном случае вызывают ночью (в то время как обычно с просьбой о подарке к ним обращаются днем).

В итоге эти персонажи — Гномик, Фея и Кот — почти полностью теряют свою функцию дарителей. Иногда авторы-подростки все-таки обращаются к дарителям с просьбой исполнить желание, но эти желания касаются свидетельств их присутствия: передвинуть лежащие на столе спички, сделать так, чтобы листок с изображением Феи воспламенился или потушить свечки. В то время как младшие дети обращаются к дарителям исключительно за материальными благами.

Поскольку авторы специализированных каналов ориентируются в первую очередь на детскую аудиторию, иногда им все же приходится снимать видео, обращенные к перечисленным персонажам в их функции дарителя. В таком случае в качестве подарка выступают деньги (например, вызывают Денежного Гномика, деньги могут также попросить у Деда Мороза), то есть то, что воспринимается как нечто менее материальное, чем любой предмет.

Как уже было сказано, в этом секторе «Ютуб»-блоггинга существуют свои «топы» — то есть самые популярные блогеры, своего рода любимчики аудитории. Один из таких каналов, под названием «Каратели дотки (вызов духов)» — ведут двое подростков. Об их популярности среди детской аудитории свидетельствует не только количество подписчиков, но и тот факт, что они часто упоминаются в комментариях к другим видео как образцово-показательные: *«Каратели дотки лудший по вызову духов если согласен лайк в комент!!!!»* (этот комментарий набрал около трехсот «лайков»).

Единственный раз, когда авторы «Карателей» «вызывают» персонажа-дарителя, также интересным образом раскрывает и дополняет описанные закономерности. Блогеры решают вызвать «дух» Деда Мороза. Ритуал завершается успехом: «дух» ведет себя как опасный, но в итоге приносит им шесть тысяч рублей. Видео было выложено в сеть 28 декабря 2017 года, то есть накануне Нового года, и, по сути,

является календарно приуроченным. Можно предположить, что авторы канала решили воспользоваться силой этой календарной даты, как фактором, повышающим убедительность материального изменения в мире. Поэтому, хотя для некоторых зрителей это и становится нарушением представлений о достоверности (а среди них, как можно судить из комментариев, много подростков): «Вообщем наверно до видео вы обкурились или употребили наркоту, что так бредить. Я офигел, раньше нормальное снимали, а щас какой-то бред», «Именно по этому вызову перестала вам верить», самыми популярными и одобряемыми комментариями (по количеству лайков) стали следующие: «**Дед Мороз существует и вас тоже поздравляю**», «надеюсь это правда и дед мороз есть :D», и «**Было не страшно а сказочно я верю в деда мороза лайк за деда мороза и с наступающим новым годом я вас люблю желаю хорошего нового года**». А следующий комментарий демонстрирует, что еще одна причина, по которой создатели канала позволили себе пойти на «вызов», настолько серьезно нарушающий законы материального мира, это высокий кредит доверия, который они завоевали у своей аудитории за предшествующие три с половиной года существования канала: «**Вот теперь точно верю в Деда Мороза! Надо тож когда нибудь попробовать) С Новым годом КАРАТЕЛИ ДОТКИ**»). Таким образом, становится понятно, что снимать успешные «вызывания» дарителей — это право, которое нужно заслужить. Сложно устроенный, дорогостоящий подарок «позволяется» получить только блогерам, заработавшим высокий кредит доверия.

Интерпретация результатов

Как было показано выше, «вызывания» изначально были устроены так, чтобы обеспечивать возможность поверить в их силу. Это было встроено в устойчивую структуру ритуала и обеспечивалось либо психофизиологическими ощущениями и интерпретацией случайных событий как знаков, либо наличием возможности для организации инсценировки, которую я обозначила как «слепое пятно», а также обеспечивалось за счет формы бытования. Ритуал «вызывания» в форме коллективного офлайн-действия далеко не всегда завершается успехом. В случае с опасными персонажами это зависит от настроения участников и случайного стечения обстоятельств. При этом если «вызывание» опасных персонажей в принципе может завершиться успехом помимо воли (или, по крайней мере, осознанной воли) участников, то «вызывание» дарителей невозможно без волевого усилия хотя бы одного из них. Осуществление инсценировки требует некоего интеллектуального усилия и спланированного действия (а также ловкости и проворности). Поэтому формат действия «здесь и сейчас» подкрепляется нарративным форматом (мифологизированными рассказами о «вызывании»)⁷.

В отличие от календарных дарителей, поддержанием веры в которых обычно занимаются взрослые, задача поддержания «реальности» существования Гномика полностью ложится на плечи детей, поскольку этот персонаж является продуктом детской культуры и не выходит за ее пределы. Ритуал здесь не может «сработать» без инсценировки, причем организованной успешно (то есть так, чтобы автор

⁷ Необходимо подчеркнуть, что перенос «вызываний» в онлайн-среду не означает исчезновения соответствующих офлайн-практик: и те, и другие существуют параллельно. При этом вопрос о влиянии онлайн-практик на офлайн заслуживает отдельного изучения.

инсценировки не был раскрыт). Именно поэтому эта практика функционировала преимущественно в устной форме как требующей намного меньше усилий для представления ритуала как успешного со стороны участника. Для слушателя возможность поверить обеспечивалась отсутствием возможности верифицировать реальность истории, а для рассказчика — самовнушением. (Будучи нарративизированным, а также отливаясь в форму в процессе повторения, рассказ отчуждается от автора и становится для последнего средством самоубеждения).

Наш анализ показывает, что возможности видеоформата позволяют гораздо легче достичь «успеха» в магических практиках. Преобладание среди видео «вызываний» таких, которые завершаются успехом, свидетельствует о том, что дети хотят, чтобы сверхъестественное было реальным — для достижения этой цели они стали использовать потенциал медиа. В этом контексте возможность снимать и монтировать видео, а также демонстрировать получившийся продукт другим, загружая его в интернет, — возможность, которую дети массово получили с появлением в их повседневном доступе смартфонов и планшетов, — можно рассматривать как получение ими принципиально нового инструмента для конструирования реальности. А точнее, для ее достраивания, поскольку авторы видео претендуют на то, что изображаемое в нем является частью актуальной реальности. То есть в данном случае видео и монтаж можно рассматривать не только как способ воплощения фантазий, но и как способ изменения и корректировки действительности. В этой достроенной в соответствии с желаниями ребенка реальности Гномик действительно может подарить ему «iPad» (и не только!).

На примере «вызываний» дарителей (наименее исследованная часть детского фольклорного знания о сверхъестественном) можно увидеть те преобразования, которые получает магическая практика с переходом в видеоформат. В отличие от «вызывания» опасных персонажей, «вызывание» дарителей не только визуализируется, но и «ситуативизируется». В офлайн-формате контакт с дарителем осуществлялся как бы в диахронии, постфактум — в такой форме его получал слушатель рассказа. Видеоформат позволяет продемонстрировать эту практику «здесь и сейчас».

Как было отмечено выше, структура ритуала «вызывания» и дарителей, и опасных персонажей предполагает, что в большинстве случаев «вызываемый» персонаж проявляет себя опосредованно. Мы видим или слышим только последствия его действий или сами действия, но не видим его самого. Когда ритуал оказывается зафиксированным на видео, наблюдаемый фрагмент реальности оказывается ограниченным широтой объектива видеокамеры, а также полностью подчинен воле режиссера — «вызывающего». А вся остальная действительность, попадая в «слепую зону», становится площадкой для манипуляций. Субъективность сверхъестественного персонажа берет на себя «тайный помощник», функцию которого может выполнять как отдельный человек, не присутствующий на видеозаписи, так и сам «вызывающий». Поэтому именно онлайн-видео стало таким удачным и продуктивным форматом для бытования «вызываний».

Продуктивность этой модели выражается и в том, что персонажей-дарителей стало заметно больше по сравнению с эпохой «до „Ютуба“», а также увеличилось количество желаний, которые может исполнить персонаж. Форма онлайн-видео

нивелирует необходимость в посреднике-взрослом даже для контакта с Дедом Морозом.

Видеоформат обеспечивает и возможности для репрезентации самого персонажа (аналог зрительных галлюцинаций в офлайн-ритуале) с помощью графического дизайна, но этот медиа-инструмент доступен только продвинутым пользователям — подросткам.

Возникает вопрос: если создатели видео совершают теперь не коллективный ритуал, а коллективную инсценировку, факт которой скрывается только от зрителя, как это влияет на их веру? Для подробного изучения этого вопроса необходимо отдельное исследование и наблюдение процесса создания видео, то есть всего того, что остается за кадром. По-видимому, участие в инсценировке или мистификации и допущение вероятности того, что в принципе сверхъестественные события могут произойти на самом деле, могут сосуществовать. Поскольку все создатели видео «вызываний» являются одновременно и зрителями, причем как чужого контента, так и своего, можно предположить, что операция отчуждения в данном случае может происходить еще более эффективно. Будучи отделенным от автора и загруженным в интернет, начав жить отдельной жизнью, получая лайки и комментарии, постановочное видео может начать восприниматься как документальное. Самовнушение подкрепляется теперь не только материальным предметом, но и видеосвидетельством, то есть оно может выполнять функцию устного офлайн-рассказа, но делая его наглядным и убедительным.

Сказанное совершенно не означает, что вера в силу эти сверхъестественных практик и в существование мифологических персонажей абсолютна. Произведенный выше анализ показывает, что эта практика основана на допущении и на желании верить, а не на уверенности. Как антропологам, нам не доступны внутренние когнитивные и психические процессы человека, поэтому мы не можем делать выводы относительно того, верит ли конкретный ребенок в то или иное явление или персонажа, но проведенный анализ демонстрирует, что дети *хотят верить* в них (на подростков это, по-видимому, уже не распространяется).

Однако визуализация, дающая возможность продемонстрировать успешность ритуала, с одной стороны, способствует поддержанию веры в сверхъестественное, с другой — угрожает ей. При переходе в онлайн видео-формат фольклорное знание принимает законченную форму, которая сужает диапазон интерпретаций (и в случае психофизиологических реакций, и в случае дара, который является сильным нарушением законов материального мира). И если низкий уровень съемки выявляет искусственный характер демонстрируемых действий и факт постановки становится слишком очевидным, это ограничивает возможность для зрителя поверить в их реальность. При этом как авторы, так и зрители видео-«вызываний» заинтересованы в обеспечении их правдоподобности, что проявляется в характере зрительских реакций и особенностях совместно вырабатываемых стратегий конструирования правдоподобия.

Несмотря на подробные разборы видео для установления их достоверности и постоянные попытки зрителей выявить обман, поймать автора на «подлоге», становится очевидным, что цель детей-зрителей (как и детей-создателей видео) на самом деле состоит не в том, чтобы действительно ответить на вопрос о том,

возможно ли вступить в контакт со сверхъестественными сущностями и существуют ли они на самом деле. Задача этих «экспериментов» заключается не в том, чтобы помочь узнать объективную истину о сверхъестественном, а в том, чтобы с помощью визуализации сделать его существование как можно более правдоподобным. Поэтому дети-зрители пытаются манипулировать изображаемым на видео с помощью своего рода коллективной цензуры в комментариях, пытаясь повлиять на содержание видео и его форму таким образом, чтобы картинка как можно меньше ставила под сомнение достоверность фольклорного знания. Наличие большого процента негативных комментариев и эксплуатация дискурса рациональности является защитной реакцией на возникшую угрозу вере. По этой же причине дети эксплуатируют дискурсы взрослой культуры, которые ассоциируются с научностью, точностью, истинностью.

Как мы видели по ходу анализа, «вызывание» в визуализированной видеоформе дополняется традиционной невизуализированной формой — рассказами о вызываниях в комментариях, степень достоверности которых нельзя установить. Таким образом дети как бы пытаются сбалансировать некую «однозначность» видео.

Этот процесс влияет и на создателей видео, вынуждая их изобретать новые стратегии повышения достоверности в целях увеличения количества «лайков» и привлечения новых подписчиков.

Некоторые пользователи, видя количество критических комментариев, которые получают успешные «вызывания», меняют стратегию на противоположную. Они снимают «вызывание», которое кончается неудачей, причем именно «вызывание» дарителей, как провоцирующее наибольшие сомнения со стороны зрителей. Однако такая стратегия также является манипулятивной. Видео неуспешного ритуала «вызова» используется как средство повышения авторитета среди подписчиков: *«Ну вот ребят, **что и требовалось доказать**, денег нет, ничего нет», «Только вы **не думайте, что я буду обманывать, как та девочка**, которой типа Фея Желаний принесла телефон за шоколадку. Я не буду вас обманывать [...] У меня Фея Желаний ничего не принесла, значит, она не существует. И если вы видели, что у кого-то она приносит, значит, им кто-то помогал. Всем пока, подписывайтесь на мой канал, ставьте пальцы вверх»*. Получается, что авторам видео приходится отказываться от вызывания дарителей в логике «ведь нужно чем-то жертвовать». Как видим, дарители могут становиться «разменной монетой», средством получения социального одобрения, а иногда и прямого дохода, особенно для подростков, которые, монетизируя детский интерес к сверхъестественному, снимают видео специально для этой аудитории.

Однако на младших детей визуализация получения даров — айпэдов, гироскутеров, самых «крутых» игрушек и денег — действует убеждающе. В связи с этим заслуживает упоминания еще одно явление последнего времени. На «Ютубе» начали появляться видео, авторы которых пытаются провести ритуал «вызова» персонажа-дарителя «по-честному», то есть снимают непостановочные видео, в которых исход ритуала непредсказуем для «вызывающего». Авторы таких роликов безуспешно пытаются получить от персонажа-дарителя желанный подарок, то есть исходят из веры в силу ритуала. Одно из них называется так: *«Вызов гнома*

исполняюшие желания он не пришел. Скажите мне как его вызвать». На видео ребенок три раза подряд пытается вызвать Гномика Исполнителя желаний, каждый раз внося корректировки в ритуальные действия в соответствии с тем советами, которые десятками и сотнями отставляют под видео с неуспешными «вызываниями», процитированными выше: «Скажите мне, что я не так сделал? Пожалуйста, скажите. Я смотрю — у них все получается! Как?? Это же невозможно! Что мне сделать? Форточку я открыл». Получается, что автор в данном случае использует видео-формат уже не как инструмент для конструирования реальности, а исключительно как канал коммуникации.

Итак, традиционный жанр детского фольклора приобретает новый облик в интернет-пространстве, благодаря техническим характеристикам данного канала коммуникации. Перенос «вызываний» в онлайн-среду создает дополнительные коммуникативные возможности для репрезентации и разделения опыта подобных практик с интернет-аудиторией, в процессе чего дети вырабатывают и апробируют социальные компетенции, необходимые для конструирования правдоподобности. Проведенный в этой статье анализ указывает на необходимость дальнейшего изучения этой части детского фольклора не только в онлайн-, но и в офлайн-формате.

Список литературы (References)

Дандес А. Кровавая Мэри в зеркале: ритуал и половое созревание // Дандес А. Фольклор: Семиотика и/или психоанализ. М. : «Восточная литература» РАН, 2003. С. 231—250.

Dundes A. (2003) Bloody Mary in the mirror: A ritual reflection of prepubescent anxiety. In: Folklore: Semiotics and / or psychoanalysis. M.: «Eastern Literature» RAS. (In Rus.)

Лойтер С. М. Русский детский фольклор и детская мифология. Исследования и тексты. Петрозаводск : КГПУ, 2001.

Loyter S. M. (2001) Russian children's folklore and children's mythology. Studies and texts. Petrozavodsk: KSPU. (In Rus.)

Мутина А. С. Катится изюминка...: современный русский детский фольклор Удмуртии. Ижевск : Удмуртский ин-т истории, яз. и лит., 2005.

Mutina A. S. (2005) The highlight is: Modern Russian children's folklore of Udmurtia. Izhevsk: Udmurt Institute of History, languages. and lit. (In Rus.)

Топорков А. Л. «Пиковая дама в детском фольклоре начала 1980-х гг.» // А. Белоусов (ред.) Школьный быт и фольклор. Ч. 2. Девичья культура. Таллин, 1992. С. 3—42.

Toporkov A. L. (1992) The Queen of Spades in children's folklore of the early 1980s./ A. Belousov (ed.) School life and folklore. Part 2. Maiden culture. Tallinn. P. 3—42. (In Rus.)

Урванцева Н. Г. Архетип зеркала в детской магии // Евгений Владимирович Гиппиус : К 100-летию со дня рождения : мат. Всерос. науч. конф. 1—3 ноября 2003 г. / Петрозаводск. гос. консерватория им. А. К. Глазунова ; отв. ред. Т. В. Краснопольская. Петрозаводск, 2003. С. 55—57.

Urvantseva N. G. (2003) Archetype of a mirror in children's magic. Evgeni Vladimirovich Gippius: To the 100th anniversary of his birth. Petrozavodsk. P. 55—57. (In Rus.)

Хромова А. Письма детей Деду Морозу // Детский сборник. Статьи по детской литературе и антропологии детства. М. : ОГИ, 2003. С. 99—109.

Khromova A. (2003) Letters of children to Father Frost. Children's collection. Articles on children's literature and the anthropology of childhood. M.: OGI. P. 99—109. (In Rus.)

Чередникова М. П. «Голос детства из дальней дали...» (Игра, магия, миф в детской культуре). М. : Лабиринт, 2002.

Cherednikova M. P. (2002) «The Voice of Childhood from a Long Distance ...» (Play, Magic, Myth in Children's Culture). M.: Labyrinth. (In Rus.)

Armitage M. (2006) 'All About Mary': Children's use of the toilet ghost story as a mechanism for dealing with fear, but fear of what? *Contemporary Legend*. Vol. 9. P. 1—27.

Carpenter C. H. A Threshold in Children's Belief. *Lore and Language*. Vol. 6. No. 1. 1987. P. 3—13.

Dégh L. (2001) *Legend and Belief*. Bloomington: Indiana University Press.

Ellis B. (1991) Legend-Trips and Satanism: Adolescents' Ostensive Traditions as «Cult» Activity. In: *Contemporary Legend: A Reader*. ed. by Gillian Bennett and Paul Smith. New York: Garland. P. 167—186.

Ellis B. (2004) *Lucifer Ascending: The Occult in Folklore and Popular Culture*. Lexington: University Press of Kentucky.

Farris A. (2017) Experimenting with the Occult: The Role of Liminality in Slumber Party Ritual. *Preternature: Critical and Historical Studies on the Preternatural*. Vol. 6. No. 1. P. 154—179. <https://doi.org/10.5325/preternature.6.1.0154>.

Kinsella M. (2011) *Legend-Tripping Online: Supernatural Folklore and the Search for Ong's Hat*. Jackson: University Press of Mississippi.

Lange P. G. (2014) *Kids on YouTube: Technical Identities and Digital Literacies*. Walnut Creek: Left Coast Press.

Langlois J. (1978) Mary Whales, I believe in you: myth and ritual subdued. *Indiana Folklore*. Vol. 9.1. P. 5—33.

Livingstone S., Sefton-Green J. (2016) *The Class. Living and Learning in the Digital Age*. New York, New York University Press.

Marsh J. (2016) 'Unboxing' videos: co-construction of the child as cyberflaneur. *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education*. Vol. 37 No. 3. P. 369—380. <https://doi.org/10.1080/01596306.2015.1041457>.

Nansen B., Nikoll B. (2017) Toy Unboxing Videos and the Mimetic Production of Play / Selected Papers of #AoIR2017: The 18th Annual Conference of the Association of Internet Researchers. Tartu, Estonia. 18—21 October.

Stanzak S. (2012) Manipulating Play Frames: The Yo Momma Joke Cycle on YouTube. *Children's folklore review*. Vol. 34. P. 7—32.

Tucker E. (2005) Ghosts in Mirrors: Reflections of the Self. *The Journal of American Folklore*. Vol. 118. P. 186—203. <https://doi.org/10.1353/jaf.2005.0028>.

Tucker E. (2007—2008) Levitation Revisited. *Children's Folklore Review*. Vol. 30. P. 47—60.

ОБЗОР НАУЧНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.06

Правильная ссылка на статью:

Дмитриева О. А. Скайп-интервью в качественных исследованиях. Обзор // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 1. С. 107—116. DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.06.

For citation:

Dmitrieva O. A. Skype interview in qualitative research: an overview of reflections. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. 2018. № 1. P. 107—116. DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.06.



О. А. Дмитриева

СКАЙП-ИНТЕРВЬЮ В КАЧЕСТВЕННЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ. ОБЗОР

СКАЙП-ИНТЕРВЬЮ В КАЧЕСТВЕННЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ. ОБЗОР

ДМИТРИЕВА Ольга Александровна — аспирант Аспирантской школы по социологическим наукам, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия.

E-MAIL: zelenolga@gmail.com

ORCID: 0000-0002-3706-1910

SKYPE INTERVIEW IN QUALITATIVE RESEARCH: AN OVERVIEW OF REFLECTIONS

Olga A. DMITRIEVA¹ — Doctoral Student
E-MAIL: zelenolga@gmail.com
ORCID: 0000-0002-3706-1910

¹ Doctoral School of Sociology, National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia

Аннотация. Данная статья является обзором научных публикаций, посвященных использованию Skype и сходных технологий для проведения качественных исследовательских интервью. Автор описывает формальные сходства и различия этих публикаций и анализирует некоторые содержательные аспекты. Исследования

Abstract. The article presents an overview of the scientific publications, dedicated to the usage of Skype and programs alike for conducting qualitative research interview. The author describes some formal differences and similarities, as well as analyses some of content's aspects. The researches on Skype interview are in general quite coherent and

скайп-интервью в целом довольно однородны, и выводы, к которым приходят их авторы, не противоречат друг другу. Однако это может быть индикатором того, что скайп-интервью еще недостаточно исследованы, интересуются ими чаще непрофильные специалисты, а накопленный эмпирический опыт проведения таких интервью пока небольшой. Кроме того, авторы публикаций упоминают, что скайп-интервью, в отличие личного интервью, проводится не в ситуации физического совместного присутствия, но при этом они не отмечают и не изучают этот факт в качестве различия.

Ключевые слова: интервью, качественные методы, качественные онлайн-исследования, Skype

the conclusions made by their authors do not contradict each other. However, this may indicate as well that the usage of Skype in interviews has not been researched enough, especially regarding the fact, that the authors of such publications often do not specialize on methodology, and that the overall empirical experience of conducting Skype-interviews on average is very limited. Besides, the author of this review notices that her colleagues mention that Skype interviews take place not in the situations of physical co-presence, but in their comparisons they do not consider this fact as a difference worthy to be studied.

Keywords: interviewing, online-interview, qualitative online methods, Skype

В 2017 г. впервые количество пользователей интернета в мире превысило 50 % населения. При этом интернетом пользуются 79 % жителей Европы и 88 % — Северной Америки¹. Интернет-технологии стали применяться в различных профессиональных областях, в том числе в науке. Сфера нашего интереса — качественные исследования в социологии, а именно метод интервью, который в последние годы значительно трансформировался. Этот процесс не проходит незамеченным, и исследователи, применяющие метод интервью с использованием технологий видеосвязи (таких как Skype), чувствительны к изменениям, которые привносит данная технология в процесс интервью. В нашем обзоре мы проанализируем научные публикации, посвященные этой проблематике, чтобы суммировать выводы коллег-исследователей, понять, насколько эти выводы когерентны, какие практические рекомендации на основании суммы этих исследований можно сделать и можно ли считать закрытыми те вопросы, которые ставит перед нами появление нового способа проведения исследовательского интервью.

Для отбора публикаций для анализа мы воспользовались поиском по базе научных исследований Google Scholar по ключевым словам «интервью», «Skype», «видео-интервью» и «качественные исследования» в различных комбинациях на русском и английском языках. После мы проанализировали библиографические списки в найденных статьях, чтобы не пропустить упоминаемые авторами исследования на эту же тему. Из всех статей были отобраны: (1) посвященные использованию Skype и сходных программ, позволяющих собеседникам общаться по видеосвязи,

¹ World Internet Users Statistics and 2017 World Population Stats [Электронный ресурс]. URL: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> [дата обращения: 12.02.2018].

(2) исследования, в которых Skype применяется непосредственно для проведения интервью, (3) интервью — именно исследовательские (собеседования, психологические, журналистские интервью и пр. не рассматриваются в этом обзоре). В выборку попали только научные статьи (не главы из книг и учебников), так как однородный материал проще сравнить и описать. Статей, отвечавших всем выдвинутым критериям, оказалось лишь 13 — возможно, потому что технологии видеосвязи получили широкое распространение сравнительно недавно.

Отобранные публикации мы сначала сравнили по ряду формальных параметров: год публикации; аффилиация, опыт, исследовательский бэкграунд авторов; жанр/самоназвание статей. Отдельно проанализированы некоторые аспекты содержания этих статей: как обосновывается актуальность исследования; как обосновывается выбор Skype для проведения интервью; какие вопросы/цели ставят перед собой авторы, к каким общим выводам приходят.

Кто и почему изучает скайп-интервью

Публикации, посвященные использованию Skype для проведения интервью, начали появляться в 2010 г. С тех пор каждый год выходит по несколько статей. Последние тексты, из проанализированных нами, опубликованы в 2016 г. Учитывается именно год публикации: в некоторых статьях указано, что они были приняты к публикации раньше (разница между двумя датами составляет до года). Это говорит о том, что исследования с использованием Skype или, по крайней мере, интерес к этому способу проведения интервью среди исследователей, применяющих качественные методы, возник приблизительно в конце нулевых или в самом начале 2010-х гг. Первая публикация вышла в 2010 г., на тот момент Skype еще не использовался для проведения интервью сколько-нибудь широко, по крайней мере, авторы к этому не апеллируют [Bertrand, Bourdeau, 2010]. Появление Skype рассматривается как развитие технологии VoIP (Voice over Internet Protocol), которая уже применялась для проведения интервью, однако интерес к Skype обосновывается через практики личного использования этой программы: «Этот эксперимент родился из нашего личного использования Skype. По мере того как мы знакомимся с этой программой ближе, мы представляли себе, что ее можно было бы использовать для проведения виртуальных интервью лицом к лицу благодаря возможности записывать звук и легко анализировать данные» [Bertrand, Bourdeau, 2010]. С 2011 г. статьи уже основываются на личном опыте проведения интервью по Skype [Cater, 2011], который нуждается в осмыслении и обобщении.

География университетов и исследовательских центров, сотрудники которых интересуются скайп-интервью, довольно обширна: от России [Колозарида, 2014] до Канады [Bertrand, Bourdeau, 2010], однако все — представители европейских стран или Северной Америки. Поскольку в целом статей немного, трудно делать на этом основании какие-то выводы, к тому же, возможно, результаты оказались именно такими, потому что мы использовали ключевые слова на русском и английском языках.

В связи с бэкграундом авторов нам представляется значимым, что чаще всего это исследователи, находящиеся на начальном этапе своей карьеры. На момент

публикации у большинства уже была научная степень, однако далеко не все имели ее на момент написания статьи и как раз описывали в статье исследование, проведенное в рамках диссертации. В нескольких статьях мы встретили прямые упоминания об этом [Cater, 2011; Hanna, 2012], в каких-то случаях сопоставляли темы исследований, которые упоминаются в статьях про Skype, с темами защищенных диссертаций [Iacono et al., 2016; Deakin, Wakefield, 2013]. Таким образом, нередко исследования про Skype становятся «побочным продуктом» диссертационной работы.

Что характерно, бэкграунд авторов чаще всего далек от вопросов методологии (возможно, именно поэтому опыт проведения интервью нуждается в дополнительном осмыслении). Так, Пол Ханна, автор одной из самых цитируемых статей про данный способ интервьюирования [Hanna, 2012], занимается исследованиями устойчивого туризма. Это не только самая цитируемая статья про Skype, но и, судя по статистике Google Scholar, самая цитируемая статья данного автора. Исключения здесь — Джессика Р. Салливан и Сара Сейтц, преподающие качественные методы в социологии. Статья Салливан представляет собой скорее обзор литературы по теме (в основном о других формах опосредованного интервью) [Sullivan, 2012]. Сейтц же описывает эмпирический опыт своих студентов и их наблюдения об этом опыте, озвученные в рамках занятий [Seitz, 2015].

Специфика появления данных методологических исследований из исследований на совершенно другие темы определяет жанр, в котором пишутся статьи. Это могут быть «исследовательские заметки» [Hanna, 2012], «размышления» [Deakin, Wakefield, 2013], «комментарии» [Janghorban et al., 2014], «опыт» [Колозариди, 2014]. Для всех статей характерно, что сначала появляется эмпирический материал (то есть интервью, проведенные по Skype для какого-либо исследования), а потом он ложится в основу методологической статьи, то есть «теоретические» части появляются не до, а после. Кроме того, все авторы ссылаются на своих предшественников, но мы не встретили упоминаний о том, чтобы этот опыт анализировался до проведения интервью, кроме тех случаев, где обзор исследований на тему является основной задачей автора (нередко из-за этого делаются одни и те же выводы). С «ситуативностью» интереса к Skype связана еще одна проблема — небольшое количество проведенных интервью. Часто исследователи проводят одновременно личные и опосредованные интервью, при этом все они занимаются качественными исследованиями, что не предполагает большого количества респондентов. В результате мы видим, что статьи про этот метод сбора информации основываются на опыте проведения от 3 до 15 интервью (исключение составляет статья Х. Дикин и К. Уэйкфилд, основанная на двух исследованиях, в которых по Skype было проведено 56 интервью [Deakin, Wakefield, 2013]).

Несколько статей посвящены именно специфике интервьюирования по Skype. Это фокус-группа, проведенная учеными из Канады [Bertrand, Bourdeau, 2010], и заметки С. Сейтц [Seitz, 2015]. Обе статьи базируются на опосредованном опыте интервьюирования (авторов или студентов), в них также нет каких-либо методологических или теоретических выводов, которые могли бы стать руководством к действию для других исследователей.

Последний формальный пункт, который хотелось бы затронуть в этой части, — используемый метод. Так или иначе исследователи скайп-интервью в своих статьях прибегают к сравнению. Сравнение может быть эксплицитным (когда об этом прямо заявляется) [Weinmann et al., 2012] или имплицитным (когда автор не говорит, что проводит сравнение, но из текста это так или иначе вытекает) [Iacono et al., 2016]. Кроме того, сравнение может быть основано на личном опыте (когда автор статьи сам проводил интервью) [Deakin, Wakefield, 2013] или опосредованным (когда автор ссылается на опыт других людей — исследователей, студентов, участников фокус-группы) [Bertrand, Bourdeau, 2010]. Также сравнение может быть формализованным (в описании есть четкие критерии для сравнения) [Колозариди, 2014] и неформализованным (критерии для сравнения не обозначаются заранее и, соответственно, не дается конкретных результатов) [Наппа, 2012]. Например, авторы могут в выводах упоминать о том, что скайп-интервью «дешевле», — подразумевается, что они дешевле, чем интервью, которые проводятся лично. Однако мы нигде не встречаем предупреждений, что будет сравниваться стоимость проведения интервью, или конкретных подсчетов, насколько «дешевле» они получились.

Авторы сравнивают скайп-интервью с интервью, проведенными лично [Колозариди, 2014] или по телефону [Weinmann et al., 2012]. Можно предположить, что это говорит о том, что Skype пока не считается достаточно легитимным и устоявшимся способом проведения интервью, и над скайп-интервью нужно отдельно размышлять или сравнивать их с «золотым стандартом» личных интервью, чтобы доказать, что эти два способа могут быть взаимозаменяемы.

Скайп-интервью в вопросах и ответах

Начать обзор содержания публикаций хотелось бы с причин, по которым исследователи интересуются этой темой и выбирают Skype в качестве способа проведения интервью. Актуальность выбранной темы авторы обосновывают развитием технологий и широким распространением интернета (в настоящем обзоре мы намеренно решили не изменять этой традиции). Например: «*Национальная статистическая служба Великобритании установила, что «в 2015-м году более чем три четверти взрослого населения Великобритании использовали интернет каждый день или почти каждый день»*» [Iacono et al., 2016]. Технологии, в свою очередь, дают новые возможности для сбора исследовательской информации: «*С огромным набором вариантов методов исследований и развитием технологий за последние 50 лет сейчас есть больше возможностей, чем когда-либо, чтобы собрать данные для социального исследования*» [Sullivan, 2012]. Вместо подобного утверждения (или после него) обычно отмечается, что технологии позволяют провести исследовательское интервью в тех ситуациях, когда раньше это было невозможно: в ситуации географической удаленности респондента и интервьюера, ограниченного финансирования, временных ограничений (часто все эти ограничения связаны друг с другом): «*Видеоконференции имеют потенциал для того чтобы стать эффективной и рентабельной альтернативой личным интервью, главным образом потому что они дают возможность доступа к объектам изучения в широких географических границах*» [Janghorban et al., 2014]. Все это мотивирует исследователей обратить внимание на Skype как на инструмент для проведения интервью и рассказать о нем другим.

В тех случаях, когда исследования основаны на личном опыте проведения опосредованного интервью, которое осмысляется постфактум, географическая удаленность становится главной причиной, по которой автор выбирает именно этот способ интервьюирования. *«В этом исследовании Skype использовался для интервьюирования студентов, находящихся на дистанционном обучении. Онлайн-интервью было идеальным методом, так как студенты проживали в разных городах Канады, а главный исследователь жил в Новой Зеландии»* [Saumure, Given, 2015]. Или: *«Учитывая, что во втором исследовании респонденты проживают в США, а интервьюеры находятся в России, онлайн-интервью были выбраны в качестве основного метода»* [Колозариди, 2014]. Иногда приводится аргумент о сокращении денежных затрат или об экономии времени, которые могут разниться вплоть до того, что путешествия для встреч с респондентом вредят экологии, поэтому проведение интервью при помощи приложения видеосвязи предпочтительно с точки зрения сохранения окружающей среды. *«Все участники исследования, проживавшие не в том же регионе, где исследователь, выбрали телефонное или скайп-интервью, так как они не хотели, чтобы необязательные поездки оказывали влияние на окружающую среду»* [Hanna, 2012].

Главный вопрос, которым задаются авторы: можно ли проводить интервью по Skype вместо личного? «Вопрос — до какой степени исследователи могут достигнуть успешного, глубокого, качественного интервью, используя такие видеотехнологии? Какие препятствия могут возникнуть в ходе интервью и как исследователи-качественники могут их преодолеть?» [Seitz, 2015]. Или: «Может ли виртуальное видеointerview быть валидным с научной точки зрения и надежным исследовательским инструментом для проведения исследований менеджмента?» [Bertrand, Bourdeau, 2010]. Или: «Стоит отметить, что смысл этой статьи имеет концептуальный характер, фокусирующийся на выработке обоснований для использования технологий VoIP (в нашем случае Skype) для проведения качественного интервью» [Iacono et al., 2016]). Ранее мы сделали вывод о том, что авторы чаще всего отвечают на исследовательский вопрос, прибегая к сравнению, но, несмотря на это, вопрос или цель очень редко формулируются как сравнение, а даются скорее в общем виде.

Из-за этого выводы и заключения также представлены в общем виде. Авторы, поразмыслив над своим опытом, заключают, что Skype (с учетом некоторых ограничений) может быть заменой личному интервью: «Хотя исследования многообещающих технологий немного отстают, автор считает, что преимущества использования Skype и других программ для коммуникации как метод сбора информации, особенно вместо личного интервью, определенно перевешивают недостатки» [Sullivan, 2012]. «Интервью с помощью видеоприложений, проводимые за компьютером и с включенной видеосвязью, можно отнести к традиционным интервью лицом к лицу. При этом необходимо учитывать две особенности...» [Колозариди, 2014]. «Описанный исследовательский опыт показывает, что создать хорошие партнерские отношения для исследования по Skype — возможно» [Seitz, 2015]. Хотя чаще такой вывод делается с оговорками: если скайп-интервью и не заменит личные интервью, то может быть хорошим к нему дополнением, которое позволит в рамках одного исследования поговорить с респондентами, находящимися на су-

щественной географической дистанции [Iacono et al., 2016; Saumure, Given, 2015]. Телефонные и скайп-интервью сравнили авторы статьи про эпидемиологические интервью в Германии; они использовали в качестве критерия для сравнения процент неответов и пришли к выводу, что у телефонного интервью он существенно ниже [Weinmann et al., 2012].

Ограничения

Одним из ограничений всех описанных исследований является разрыв между ситуацией проведения интервью и общим контекстом. «Золотой стандарт» [Колозариди, 2014] интервью лицом к лицу появился в те времена, когда все общение между людьми проходило преимущественно лицом к лицу. Так же проводились и интервью (за исключением редких случаев, когда их брали по переписке). Речь идет не о том, что стандарты проведения интервью должны меняться соразмерно изменениям в сфере коммуникаций (утверждать, что личные интервью предпочтительны опосредованным присутствием — в некотором смысле то же, что говорить о преимуществе стенографирования интервью в сравнении с цифровой аудиозаписью, ибо первое появилось раньше). Но в фокусе исследователей должны так или иначе быть повседневные практики респондентов. Вполне возможно, что им удобнее общаться в интернете и их представления об общении с исследователем будут больше зависеть от их представлений об общении вообще, чем о «стандартах интервью». Например, авторы одного из исследований интервьюировали по Skype студентов, которые получают образование дистанционно [Saumure, Given, 2015], — логично предположить, что участники исследования привыкли общаться дистанционно, однако исследователи в статье смотрят на процесс только со своей стороны.

Второй сюжет, который исследователи упоминают, но обходят вниманием — использование визуальной информации: «Видеозвонки дают возможность исследователю не только говорить с респондентом, но и видеть его в режиме реального времени» [Deakin, Wakefield, 2013]. Здесь, вероятно, играет роль заложенное в логику таких статей сравнение с телефонным интервью, в котором у исследователя нет возможности видеть респондента. Поэтому, говоря о скайп-интервью, авторы упоминают «визуальную» информацию, которую, к тому же, можно зафиксировать и проанализировать отдельно [Bertrand, Bourdeau, 2010]. Однако ни в одном из текстов не говорится ни о фиксации этой информации в конкретных примерах, ни тем более о ее анализе. Было бы неправильно делать из этого вывод о том, что визуальная составляющая в скайп-интервью незначима (хотя в некоторых случаях авторы упоминают, что от видеосвязи приходится отказываться из-за технических проблем). Тем не менее возможность следить за реакцией респондента важна — может быть, не для ее анализа, а для самого процесса интервью, для установления раппорта, для ощущения личного, неформального контакта и т. д. В любом случае, эта составляющая скайп-интервью недостаточно изучена и отражена.

Третий пункт, на который хотелось бы обратить внимание, — технические неполадки. Они упоминаются почти в каждом из текстов как некий барьер, который приходится преодолевать, как существенное различие личного и скайп-интервью

[Iacono et al., 2016; Deakin, Wakefield, 2013]. Со времени написания первой академической статьи о скайп-интервью прошло уже семь лет, и, возможно, неполадки случаются все реже, но значит ли это, что технологическая опосредованность в процессе разговора ощущается меньше? Пока исследователи также не дали ответа на этот вопрос.

Отдельно стоит упомянуть о сюжете, который нам кажется наиболее важным для дальнейших исследований и обсуждения. На наш взгляд, наиболее существенное отличие скайп-интервью от личного — сам факт отсутствия личной встречи, совместного присутствия в одном физическом месте — каждый раз остается за скобками. Исследователи упоминают о нем, когда приводят причины выбора Skype для проведения интервью: в большинстве случаев именно расстояния, нехватка времени для личной встречи становятся причиной для «переноса интервью в онлайн». Например, одна из авторов пишет об этом, ссылаясь на практическую необходимость: *«Многие из них (участниц исследования — прим. О.Д.) вели активный образ жизни и могли выкроить только отрезки времени по 35—40 минут в течение нескольких недель. Тогда как проведение личных интервью было бы затруднительным из-за временных и финансовых ограничений, с современными технологиями это было сделать просто. Используя Skype, я смогла подстроиться под расписание участниц моего исследования»* [Cater, 2011]. В статье-обзоре об этом же говорится с более общих позиций: *«Потенциал для видеосвязи как исследовательского инструмента почти безграничен. Мы могли бы интервьюировать географически удаленное население и записывать разговоры, которые как минимум имитируют взаимодействие лицом к лицу»* [Sullivan, 2012]. В 9 из 13 проанализированных статей говорится, что причиной для использования Skype стало отсутствие возможности встретиться лично.

Как ни странно, эта особенность ни в одном из исследований не выделяется в качестве значимого отличия, влияние которого на проведенное интервью могло бы быть проанализировано отдельно. Дистанция становится данностью, которая не обсуждается. В некоторых работах обсуждается связанный с этим фактор — пространство, невозможность контролировать его в ситуации технологической опосредованности. По всей вероятности, авторы считают, что это не существенно, так как ситуация интервью не предполагает физического контакта, однако прямо не говорят об этом. Изучение того, как на интервью влияет общее пространство, возможный физический контакт, чувственные впечатления, которых не может быть во время опосредованного интервью, наверняка способно внести большую ясность в вопрос о разнице между личным и скайп-интервью или задать этому разговору новое направление.

В заключение хотелось бы еще раз выделить наиболее значимые тенденции в исследованиях скайп-интервью. С одной стороны, даже тот небольшой объем статей, который успел появиться с тех пор, как эта технология стала популярной, внутри себя является последовательным, а выводы ученых не противоречат друг другу. Это может говорить о том, что на предлагаемые авторами практические рекомендации можно полагаться, и в данном случае не встанет вопрос — кому из авторов стоит доверять больше или меньше. С другой стороны, нельзя упускать из внимания, что часто такие статьи пишутся авторами, не специализирующимися

на методологии, исследования Skype как метода сбора информации становятся «побочным продуктом» других исследований, а массив интервью, на которых основываются авторы, нельзя назвать исчерпывающим. Также при сравнении личных и скайп-интервью рекомендуется обратить внимание на разницу между ситуациями, в которых происходит взаимодействие, а именно на то, как на процесс интервью влияет фактор совместного присутствия в одном месте.

Список литературы (References)

Колозариди П. В. Видеоинтервью с помощью онлайн-приложений: методический опыт. // Социология: методология, методы, математическое моделирование. 2014. № 38. С. 96—127.

Kolozaridi P. (2014) Video Interview by Means of Online Applications: A Methodological Experienc. *Sotsiologiya 4M [Sociology: Methodology, Methods, Mathematical Modeling]*. No 38. P. 96—127. (In Russ.)

Bertrand C., Bourdeau L. (2010) Research interviews by Skype: A new data collection method. Paper presented at the 9th European Conference on Research Methodology for Business and Management Studies. Madrid, Spain.

Cater J. K. (2011) Skype a cost-effective method for qualitative research. *Rehabilitation Counselors & Educators Journal*. Vol. 4. No. 2. P. 3—5.

Deakin H., Wakefield K. (2013) Skype interviewing: reflections of two PhD researchers. *Qualitative Research*. Vol. 14. No. 5. P. 603—616. <https://doi.org/10.1177/1468794113488126>.

Saumure K., Given L. (n. d.). (2015) Using Skype as a research tool: Lessons learned from qualitative interviews with distance students in a teacher–librarianship program. URL: http://lrsv.umd.edu/abstracts/Saumure_Given.pdf (accessed: 28.02.2018).

Hanna P. (2012) Using internet technologies (such as Skype) as a research medium: a research note. *Qualitative Research*. Vol. 12. No. 2. P. 239—242. <https://doi.org/10.1177/1468794111426607>.

Iacono V., Symonds P., Brown D. (2016) Skype as a Tool for Qualitative Research Interviews. *Sociological Research Online*. Vol. 21. No. 2. P. 1—15. <https://doi.org/10.5153/sro.3952>.

Janghorban R., Roudsari R. L., Taghipour A. (2014) Skype interviewing: The new generation of online synchronous interview in qualitative research. *International journal of qualitative studies on health and well-being*. Vol. 9. No 1. 24152. <https://doi.org/10.3402/qhw.v9.24152>.

Seitz S. (2015) Pixilated partnerships, overcoming obstacles in qualitative interviews via Skype: a research note. *Qualitative Research*. Vol. 16. No. 2. P. 229—235. <https://doi.org/10.1177/1468794115577011>.

Sullivan J. R. (2012) Skype: An appropriate method of data collection for qualitative interviews? *The Hilltop Review*. Vol. 6. No. 1. P. 54—60. URL: <http://scholarworks>.

wmich.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1074&context=hilltopreview (accessed: 12.02.2018).

Weinmann T., Thomas S., Brilmayer S., Heinrich S., Radon K. (2012) Testing Skype as an interview method in epidemiologic research: response and feasibility. *International journal of public health*. Vol. 57. No. 6. P. 959—961. <https://doi.org/10.1007/s00038-012-0404-7>.

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.07

Правильная ссылка на статью:

Замятина Н. Ю., Яшунский А. Д. Виртуальная география виртуального населения // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 1. С. 117—137. DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.07.

For citation:

Zamyatina N. Yu., Yashunsky A. D. Virtual geography of virtual population. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. 2018. № 1. P. 117—137. DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.07.



Н. Ю. Замятина, А. Д. Яшунский ВИРТУАЛЬНАЯ ГЕОГРАФИЯ ВИРТУАЛЬНОГО НАСЕЛЕНИЯ

ВИРТУАЛЬНАЯ ГЕОГРАФИЯ ВИРТУАЛЬНОГО НАСЕЛЕНИЯ

ЗАМЯТИНА Надежда Юрьевна — кандидат географических наук, ведущий научный сотрудник географического факультета Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова, Москва, Россия.

E-MAIL: nadezam@yandex.ru

ORCID: 0000-0002-4941-9027

ЯШУНСКИЙ Алексей Дмитриевич - кандидат физико-математических наук, заведующий сектором теоретической кибернетики, Институт прикладной математики имени М. В. Келдыша Российской академии наук, Москва, Россия.

E-MAIL: yashunsky@keldysh.ru

ORCID: 0000-0002-3297-7444

VIRTUAL GEOGRAPHY OF VIRTUAL POPULATION

Nadezhda Yu. ZAMYATINA¹ — Candidate of Geographic Sciences, Leading Research Fellow

E-MAIL: nadezam@yandex.ru

ORCID: 0000-0002-4941-9027

Alexey D. YASHUNSKY² — Candidate of Physico-Mathematical Sciences

E-MAIL: yashunsky@keldysh.ru

ORCID: 0000-0002-3297-7444

¹ Moscow State University, Moscow, Russia

² Keldysh Institute of Applied Mathematics, Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia

Аннотация. В статье охарактеризованы перспективы практического использования результатов проекта «Виртуальное население России» — новой базы данных по структуре крупнейшей российской социальной сети «ВКонтакте». Сайт проекта представляет собой «полуфабрикат» для исследования структуры социальной сети: здесь собраны массивы отражающих ее данных, представлен интерактивный конструктор карт по этим данным. Конструктор позволяет показывать разные географические, временные, демографические параметры отображаемого набора данных.

На сайте предложен обширный материал для изучения структуры пользователей социальной сети по полу, возрасту, уровню и направлению образования, миграционному поведению. Практически не имеет аналогов массив данных о виртуальной дружбе пользователей — по-видимому, это первый в мире масштабный опыт изучения территориальной привязки дружеских связей в социальных сетях, открывающий возможности для развития нового направления исследований виртуальной среды.

Представленная база данных может быть применена как для изучения интернет-пространства, так и в качестве косвенных данных для изучения «офлайновых» социальных процессов — в частности, молодежных миграций — на микроуровне.

Ключевые слова: география, виртуальная перепись, вебометрика, «ВКонтакте»

Abstract. The paper focuses on the perspectives of the practical usage of the Russian Federation Virtual Population project data. The project represents a new database relative to Vkontakte social network. The project website is a customizable resource designed to study Vkontakte structure. Data set relative to the network structure can be found on the website, as well as an interactive map builder that summarizes the data in a map and provides different geographical, temporal and demographical filters.

The website disposes a large data set that allows studying Vkontakte audience's profile taking into account such parameters as sex, age, education and migratory behaviour. The website boasts its body of data on the users' virtual friendship that seems to be the first large-scale research on whether virtual friendship relations are territorially dependent. The date opens a prospect that a new way will develop in studying virtual environment.

The database seems to be useful for studying not only virtual space but also offline social processes like youth migration in microlevel, serving in this case as an implicit data source.

Keywords: geography, virtual population census, webometrics, VKontakte.

Введение

Словосочетание «социальная сеть», изначально возникшее в социологии, прочно закрепилось в быденном языке как обозначение электронных социальных сетей — веб-сервисов, позволяющих пользователям осуществлять социальные взаимодействия в виртуальном пространстве. С начала 2000-х годов социальные сети (далее понимаем под этим термином именно электронные социальные сети) постепенно проникали в повседневную жизнь людей, и к настоящему моменту регистрация в одной или нескольких из них уже распространена повсеместно. Многие из существующих социальных сетей (Facebook, «ВКонтакте», «Одноклассники» и т. д.) возникли как средство восстановления и поддержания связей между выпускниками (или учащимися) различных учебных заведений, поэтому регистрация в таких сетях предусматривает заполнение анкеты с упоминанием возраста, места жительства, учебных заведений, времени обучения в них и т. д. Массив таких анкет, хоть и с большими оговорками, оказывается подобен переписи населения.

Анкеты пользователей социальной сети «ВКонтакте» находятся частично в открытом доступе — информация скрывается только если пользователь выставил соответствующие настройки, — что позволяет использовать их в различных исследованиях. Вопросы о том, насколько достоверные выводы могут быть получены на основе таких данных, требуют специального исследования в каждом отдельном случае, однако сама совокупность данных — эта перепись части «виртуального населения» — представляет самостоятельный интерес. В отличие от «традиционных» статистических источников, где информация представлена в агрегированном виде, этот массив информации отличается высокой детальностью, в том числе и в пространственном измерении.

Опыт использования данных социальных сетей для исследований по географии населения побудил авторов к работе над веб-сайтом «Виртуальное население России»¹, где в виде виртуального атласа опубликованы массивы данных, полученные в результате обработки анкет пользователей социальной сети «ВКонтакте», находящихся в открытом доступе.

Настоящая статья призвана показать спектр возможностей использования данного ресурса в изучении миграций и других социальных процессов в российских городах и регионах. Картограммы, приведенные в качестве иллюстраций, сформированы непосредственно на описываемом сайте и демонстрируют возможности функционала интерактивного атласа.

Основных сфер применения виртуального атласа две.

1) Этот материал открывает почти незатронутое в России поле вебометрики — собственно виртуального населения России. Термин «вебометрика» (webometrics) активно используется в зарубежной науке с конца 1990-х годов, преимущественно для обозначения исследований количественных параметров информационных ресурсов интернета [Almind, Ingwersen, 1997; Thelwall, 2002, 2008a, 2008b, 2009; Kousha, 2005]. Несмотря на то, что понятие «вебометрика» используется наряду с целым рядом других — таких как «инфометрика», «библиометрика», «наукометри-

¹ Виртуальное население России [Электронный ресурс]. URL: <http://webcensus.ru> (дата обращения: 23.02.2018).

ка» и «киберметрика», — каждое из них обозначает свой сегмент исследований, и понятие «вебометрика» не тождественно ни одному из понятий-аналогов (соотношение названных сегментов исследования охарактеризовано в [Björneborn and Ingwersen, 2004]).

Одним из прикладных направлений вебометрики стало получившее широкую известность направление рейтингования университетов — между тем, в научном поле понятие «вебометрика» используется значительно шире. В частности, широко распространено изучение информационных связей как фактора регионального инновационного развития. С начала 2000-х годов, когда вслед за открытием методов изучения так называемых «следов» (paper trails) «переливов знания» («knowledge spill-overs», распространен также перевод «перетоки знания» [Пилясов, 2012]) наблюдался настоящий бум исследований аналогичных «следов» «перетоков знания» в виртуальной среде [Feldman, 1999; Feldman, Kogler, 2010; Anselin, Varga, Acs, 1997; Audretsch, Lehmann, Warning, 2004; Maggioni, Uberti, 2009]. В этом контексте вебометрика стала важным инструментом исследований регионального развития и географии инноваций в целом. В частности, за рубежом большую популярность в данном отношении получили исследования сетей гиперссылок между сайтами университетов, которые рассматриваются в контексте диффузии научных идей и инноваций — от первых исследований по развитым странам [Thelwall, 2002] до сетей африканских университетов [Adenkannbi, 2011].

В России первые попытки изучения по западному образцу научных связей в информационном пространстве дали предсказуемые результаты: подобно колоссальной централизации многих социальных и экономических процессов в нашей стране генерация инноваций также оказывается исключительно централизованной: подавляющее большинство ссылок с сайтов 40 крупнейших российских вузов приходится на ссылки на портал МГУ им. М. В. Ломоносова. Лишь если исключить МГУ из рассмотрения, удастся найти значимые межвузовские информационные связи [Утков, Замятина, 2012].

По-видимому, более перспективны другие направления: исследование социальных сетей и упоминаний географических объектов в новостях. При этом на смену первым попыткам изучения социально-экономических процессов по данным об упоминаниях географических названий [Mamatov, Samson, 2009; Agibetova, Samson, 2008; Замятина, Пилясов, 2013] пришли мощные инструменты изучения «больших данных». В сфере изучения социальных сетей развиваются похожие процессы, однако большая часть работ пока все же выполняется на сравнительно небольших «участках» данных [Koltsova, Koltcov, Sinyavskaya, 2017; Takhteyev, Gruz, Wellman, 2012].

Предлагаемый проект призван внести вклад в устранение технических барьеров широкого вовлечения отечественных ученых в изучение структуры виртуальных социальных сетей.

Проект «Виртуальное население России» предлагает исчерпывающий материал для исследования гендерных, возрастных и территориальных различий в использовании крупнейшей в стране социальной сети. Но самое захватывающее, пожалуй, это изучение виртуальной дружбы — по-видимому, это первый в мире масштабный опыт изучения территориальной привязки социальных сетей, откры-

вающий возможности для развития нового направления исследований виртуальной среды, big data и т. д.

2) Еще одна ключевая сфера применения результатов проекта — это сбор данных для косвенных оценок масштабов и характера происходящих офлайн процессов, в первую очередь, миграционных. Разумеется, сеть «ВКонтакте» охватывает преимущественно молодежную аудиторию, и представленные данные репрезентативны для косвенных оценок явлений, связанных с жизнью молодежи. Тем не менее в условиях отсутствия в России детальной статистики по миграционным потокам на микроуровне (между отдельными городами) именно данное направление получило первоначальный приоритет в изучении социальных сетей [Замятина, 2012; Замятина, Яшунский, 2012].

Теория

География населения оперирует в первую очередь данными официальной статистики, обращаясь к иным источникам в тех случаях, когда статистики не хватает или она вызывает сомнения. Помочь восполнить пробелы в статистике могут социологические методы — опросы и интервью, однако имеются и более неожиданные подходы. Еще более полувека назад для исследования географии населения на микроуровне в работе [Бухгольц, Маергойз, 1960] предлагалось использовать такие источники, как домовые книги и учетные карточки сотрудников на предприятиях. Подобные материалы, по своей сути в некоторых аспектах аналогичные анкетам переписи населения, могут содержать сведения, детализированность которых несопоставимо выше, чем у агрегированных статистических данных из официальных источников.

Методики прошлого века, трудно воспроизводимые в современных условиях, получают в некотором смысле новую жизнь, когда для исследований по географии населения привлекаются данные из анкет пользователей социальных сетей — они во многом воспроизводят те самые учетные карточки работников на предприятиях, по которым советские географы отслеживали миграции кадров между регионами.

Прецеденты использования анкет пользователей социальных сетей в исследовательских целях можно найти в зарубежных исследованиях: в работе [Wadhwa et al., 2009] профили пользователей сети LinkedIn использовались как база данных для формирования выборки респондентов в исследовании. Такое применение данных не вполне соответствует описанной выше парадигме дополнения официальной статистики, но все-таки демонстрирует, что подобные данные заслуживают определенного доверия.

Примечательно, что для исследования собственно аудитории социальных сетей используются преимущественно традиционные методы социологических опросов. Вместе с тем, например, в задачах отслеживания популярности брендов автоматическая обработка страниц пользователей социальных сетей и сбор соответствующей статистики вполне естественны.

Сужение выборки пользователей по возрасту и территориальному положению во многих случаях позволяет получить массивы анкет, покрывающие существенную часть исследуемой группы населения. Наиболее эффективно этот подход работает в отношении молодежи, которая ожидаемо преобладает среди пользователей

социальных сетей. В отдельных случаях, сужая выборку до выпускников отдельно взятой школы, можно получить результаты, сопоставимые с непосредственным анкетированием всех школьников определенных годов выпуска.

Подобные подходы использовались авторами при проведении нескольких тематических исследований. В работе [Замятина, 2012] рассматривалась образовательная миграция молодежи — анкеты пользователей (так же, как и в работе [Wadhwa et al., 2009]) обрабатывались вручную. Впоследствии переход к автоматической обработке позволил на основе более объемных массивов анкет детальнее исследовать образовательные миграции [Замятина, Яшунский, 2012] и миграции с Крайнего Севера России [Яшунский, Замятина, 2012].

Метод

Основные элементы технологии сбора данных описаны в работе [Чекмышев, Яшунский, 2014]. Для обработки анкет использовалось автоматизированное программное обеспечение, осуществляющее выборку из анкеты пользователя требуемой информации и занесение ее в базу данных. Здесь и далее, говоря об обработке анкет, мы почти всегда понимаем автоматическую обработку с использованием специально написанных для этого программ. Обработка многомиллионного массива анкет «вручную» представляется нам не только неосуществимой, но и бессмысленной.

Помимо самих анкет использовалась также вспомогательная информация, доступная в технических разделах сайта социальной сети «ВКонтакте», — список действующих (не удаленных) профилей пользователей, дополнительная информация о населенных пунктах, упоминаемых на страницах пользователей «ВКонтакте».

В отношении обрабатываемых анкет практически не применялось никаких процедур фильтрации — отсеивались только те, которые по техническим причинам не удалось разобрать (например, в результате ошибок передачи данных). Возможная недостоверность сведений в анкете ни при каких условиях не могла быть поводом для исключения анкеты из рассматриваемого массива данных.

У указанного подхода есть почти очевидные недостатки, его основным достоинством является снижение трудоемкости обработки, которая и без того потребовала значительного времени.

Принимая возможные дополнительные искажения, вносимые в данные в результате такого подхода, перечислим некоторые аргументы, позволяющие примириться с этими искажениями. Во-первых, официальная перепись населения также содержит искажения, которые часто делают ее результаты не вполне достоверными, что, впрочем, не служит поводом, чтобы отказаться от использования ее результатов. Во-вторых, искажения, вносимые за счет анкет, не соответствующих реальным людям, а заводимые программами-роботами для различных целей, не так значительны — анкеты роботов зачастую не содержат практически никаких сведений, тем самым не влияя на массив содержательных анкет. Наконец, выявление содержимого анкет, которое может не соответствовать действительности (например, указание неверного года рождения), будучи возможно технически, создает риск потери интересной информации, которая может быть забракована только потому, что она слишком нестандартна.

Во многих случаях аномалии в имеющихся данных могут быть обнаружены и относительно легко объяснены. Так, например, пользователи, возраст которых превышает сто лет (такая аномалия встречается примерно в 0,1% анкет), по-видимому, в действительности младше 14 лет (минимальный возраст регистрации в сети «ВКонтакте») и указали вместо своего года рождения год веком ранее. Выявление таких аномалий в каждом отдельном случае лежит в зоне ответственности исследователя, использующего данные.

Данные

Использованные данные анкет из социальной сети «ВКонтакте» собирались в январе — марте 2015 г. Обработывались только анкеты, находящиеся в публичном доступе (не требующие для просмотра регистрации в социальной сети), из них могла быть извлечена только информация, в отношении которой пользователи не указали, что она должна быть скрыта. При обработке анкет фиксировались значения следующих полей (при наличии): имя, дата рождения, место проживания, места обучения и время обучения (средние и высшие учебные заведения), дружеские связи пользователя. Основной объем обработки информации пришелся именно на дружеские связи: их оказалось около 3,5 млрд на 200 млн обработанных анкет пользователей.

Упомянутые в анкетах населенные пункты — места проживания и места нахождения учебных заведений — были затем сгруппированы по административным единицам второго уровня Российской Федерации: муниципальным районам и городским округам. Для осуществления этой операции использовалась информация о населенных пунктах, предоставляемая в сети «ВКонтакте» в качестве дополнительной к названию (обычно название района и/или области расположения). Это позволило в некоторой степени решить проблемы локализации населенных пунктов, названия которых встречаются на территории России более чем один раз.

Согласно полученным результатам, далеко не все пользователи социальной сети географически связаны с Россией: лишь примерно в 88 млн анкет место проживания или последнее место обучения (при отсутствии информации о месте проживания) оказалось расположенным на территории Российской Федерации. Информация из прочих анкет также была использована для формирования некоторых специальных наборов данных, но основная масса собранной и обработанной информации относится к упомянутому массиву из примерно 88 млн анкет.

Собранный объем информации оказался чрезмерно большим для непосредственных манипуляций, поэтому он был подвергнут дополнительной обработке — агрегации по различным параметрам, и на сайте «Виртуальное население России» представлены именно агрегированные наборы данных. Даже их объемы весьма внушительны, поэтому потребовалась специальная настройка программного обеспечения для их отображения на сайте в режиме реального времени.

После обработки были сформированы следующие группы тематических наборов данных.

1. Основная статистика (пол, год рождения, наличие высшего образования, число мест проживания пользователей).
2. Имена пользователей.

3. Школьное и иное вневузовское образование.
4. Высшее образование.
5. «Последний переезд».
6. Дружба пользователей.

На основе этих данных были построены карты, некоторые из которых представлены ниже.

При использовании этих данных следует учитывать ограничения, которые накладывает характер используемого материала. Любые выводы, которые делаются по данным о пользователях «ВКонтакте», либо относятся именно к совокупности «пользователи сети «ВКонтакте»», либо свидетельствуют о некотором явлении — если что-то проявилось в данных, есть некоторые основания полагать, что оно существует на самом деле. Вместе с тем, соблюдая должную аккуратность, можно выводить из имеющихся данных и какие-то количественные суждения. Чаще всего это удастся сделать для более узких (территориальных или, например, возрастных) групп, нежели вся совокупность жителей России. Даже эти суждения будут ограничены в своей достоверности и точности, но часто это лучше, чем ничего.

Как можно показать репрезентативность выборки при использовании данного атласа? Очевидно, нет строгих доказательств того, что все люди из какой-то территориальной или возрастной группы имеют равные шансы быть зарегистрированными в сети «ВКонтакте». Поэтому нам доступны косвенные аргументы, например, сравнение распределения по полу в выборке и в генеральной совокупности. В таком случае на вопрос о репрезентативности мы получим либо громкое «нет», если соотношение полов различается кардинально, либо тихое «возможно», если колебания можно объяснить случайностью выборки.

Для оценки репрезентативности пользователей «ВКонтакте» относительно населения России данные атласа сопоставлены с результатами переписи населения России 2010 г. Сопоставление населения и пользователей с территориальной группировкой по субъектам федерации заведомо вносит погрешности для Москвы и Санкт-Петербурга, однако в большинстве случаев оно представляется допустимым, особенно для предварительных оценок. Методика детальной оценки репрезентативности данных для отдельных возрастных групп и отдельных регионов детально охарактеризована в подразделе «Вопросы репрезентативности» раздела «Данные» на сайте «Виртуальное население России».

Оперируя с данными сайта, также следует понимать, что доля «интересных» анкет пользователей в действительности не так уж велика: существенная часть анкет, которые получили территориальную привязку к России, не содержат каких-либо нетривиальных сведений. Так, в частности, свой возраст указали лишь чуть более 35 % пользователей, а (хотя бы косвенная) информация о миграциях имеется лишь в 7 % анкет.

Анализ

В собранных данных просматриваются разнообразные закономерности и тенденции. Некоторые из них удастся связать с какими-то известными явлениями, другие же так и остаются загадкой. При этом велик соблазн воспринимать эти данные как некоторую выборку, характеризующую население России или его

часть, но подобные утверждения даже при сужении массива данных (например, при ограничении возрастной группы и места проживания пользователей), как отмечалось выше, всегда требуют тщательной проверки.

С уверенностью можно сказать только, что массив собранных данных описывает анкеты пользователей социальной сети «ВКонтакте» по состоянию на начало 2015 г. Наблюдаемые явления относятся именно к этой совокупности «виртуальных жителей» России и могут служить лишь ориентиром для поиска каких-то закономерностей, касающихся «реального» населения.

Виртуальная урбанизация

Существенные отличия между реальным и виртуальным населением становятся видны уже при сравнении количества пользователей с численностью населения муниципальных районов и городских округов. Распределение пользователей оказывается неравномерным: более значимые населенные пункты концентрируют пользователей, в то время как менее населенные теряют. Этот эффект наиболее заметен в агломерациях городов-миллионников. Так, например, в муниципалитетах, непосредственно соседствующих с Москвой, доля пользователей среди населения составляет всего до 20 %, в то время как в остальных районах области она ближе к 40 %, а в крупных городах области достигает 50 % (см. рис. 1).

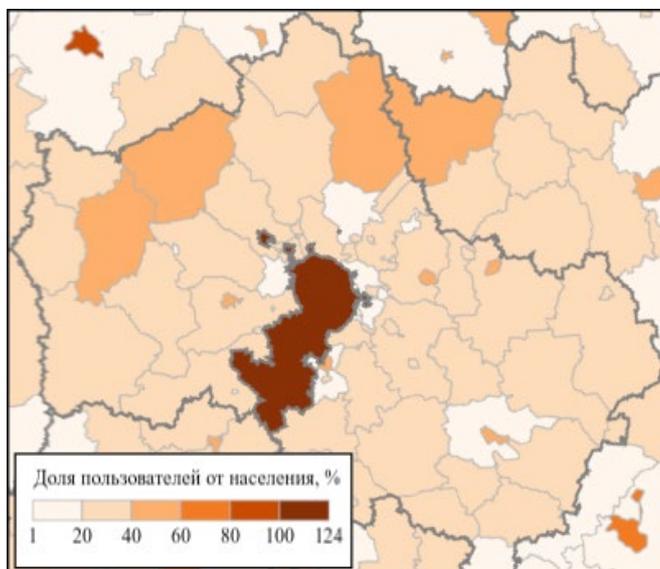


Рисунок 1. Соотношение числа пользователей и населения в Москве и Московской области²

При этом в Москве количество анкет пользователей превышает число официально зарегистрированных жителей. Причин для подобного эффекта, по-видимому, несколько. Низкая доля пользователей в соседних муниципалитетах позволяет

² Здесь и далее на рисунках представлены изображения, получаемые с помощью ресурса «Виртуальное население России».

предположить, что проживающие на периферии агломерации пользователи «приписывают» себя к ее центру. Тот же эффект наблюдается и для меньших городов: на рисунке 1 можно видеть характерные «провалы» вокруг Коломны, Твери, Рязани и рост доли пользователей непосредственно в городских округах (подробнее о явлении виртуальной урбанизации см. [Ивлиева, Яшунский, 2016]).

Возраст пользователей

Помимо локальных пространственных неоднородностей в распределении пользователей сети «ВКонтакте» имеются и некоторые глобальные неравномерности по различным параметрам. Так, например, в аудитории социальной сети, как и многих других интернет-сервисов, преобладают пользователи, которых можно по возрасту условно отнести к «молодежи», однако эта категория определяется по-разному в зависимости от региона. На европейской части России (см. рис. 2) имеется отчетливый тренд в сторону повышения медианного возраста пользователей «ВКонтакте» по мере продвижения с юга на север. Если в Дагестане медианный возраст пользователей равен 23 годам, то в Карелии он достигает 31 года. Эта диспропорция (возможно, чуть менее явно) сохраняется на всей территории России, и далеко не везде ее можно объяснить возрастной структурой населения. В частности, северные регионы, где доля молодежи достаточно высока (см., например, [Фаузер и др., 2016: 21]), тем не менее имеют более высокий медианный возраст пользователей, нежели регионы средней полосы. Это может рассматриваться как свидетельство того, что использование сети «ВКонтакте» представителями старших групп населения — более распространенная практика в северных регионах.

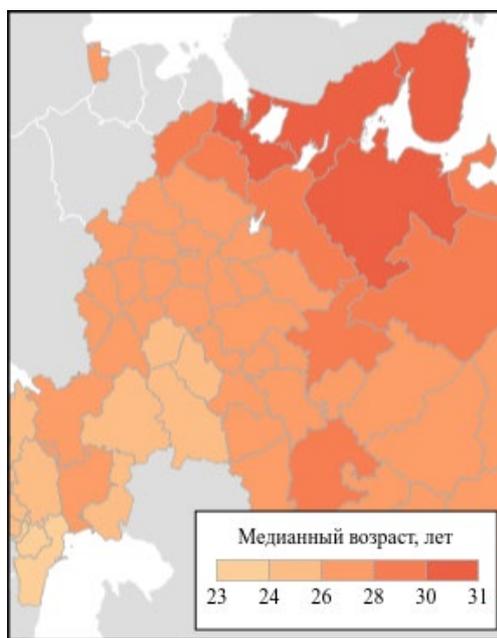


Рисунок 2. Медианный возраст пользователей по регионам европейской части России

С возрастом пользователей связано еще одно почти курьезное наблюдение. Год рождения, как и любое другое поле в анкете пользователя, может быть скрыт. Людей, предпочитающих не афишировать свой возраст, достаточно много — в большинстве регионов России более 50% от общего числа пользователей. Вместе с тем, существует ярко выраженная неравномерность доли скрывающих возраст при разделении пользователей по полу.

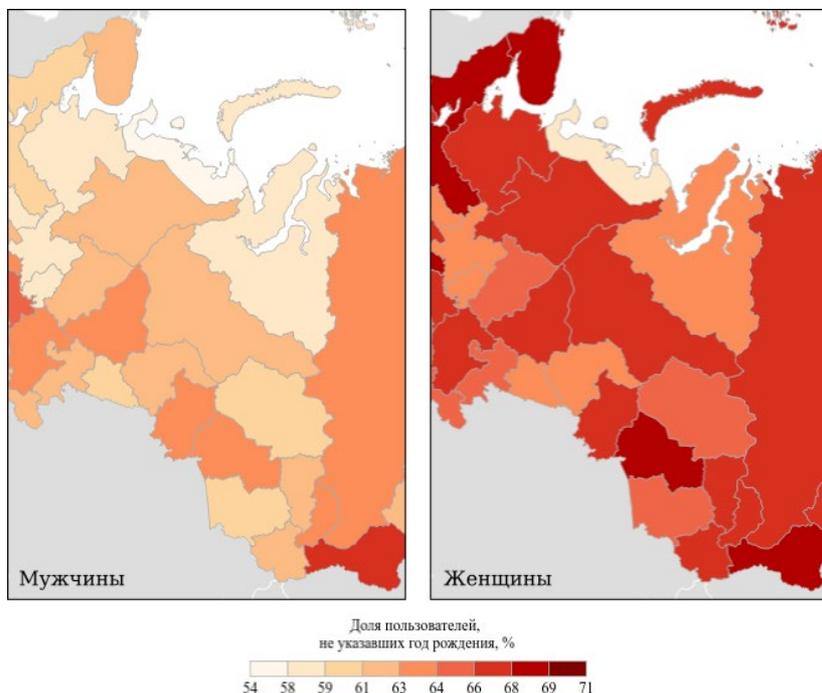


Рисунок 3. «Безвозрастные» пользователи по регионам Урала и Западной Сибири

Как видно из рисунка 3, в абсолютно подавляющем числе регионов доля женщин, скрывающих свой возраст, превышает соответствующую долю мужчин. Картина наблюдается повсеместно, регионы на рисунке 3 выбраны просто для примера.

Этнические особенности

Среди обработанных полей анкеты пользователя только поле «имя» могло бы позволить каким-то образом дифференцировать регионы России этническому принципу. На первый взгляд такой инструмент кажется достаточно грубым, и картосхема наиболее популярных имен по субъектам Российской Федерации подтверждает это опасение. За исключением республик Северного Кавказа повсеместно на территории России наиболее популярное мужское имя — Александр, а женское — Елена. При рассмотрении административно-территориальных единиц второго уровня картина становится более пестрой, но почти повсеместное пре-

обладание Александров и Елен сохраняется: вкрапления зон популярности иных имен выглядят почти бессистемными, хотя особенности национальных республик начинают проявляться не только на Северном Кавказе.

Несколько неожиданно на роль индикатора этнического своеобразия региона может претендовать доля имени Елена (или Александр) в административно-территориальной единице. Как видно из рисунка 4, Александр, оставаясь наиболее популярным именем в Башкирии и Татарстане (по-видимому, в первую очередь за счет жителей Уфы и Казани), не только «проигрывает» на уровне муниципальных образований другим более популярным в этих республиках именам, но и существенно теряет в популярности вообще. В некоторых районах его доля падает ниже 2% от общего числа пользователей мужского пола. Примечательно, что «провал» в популярности Александра почти точно повторяет границы субъектов федерации — именно это заставляет обратить внимание на этот показатель как на потенциальный индикатор этнических особенностей.

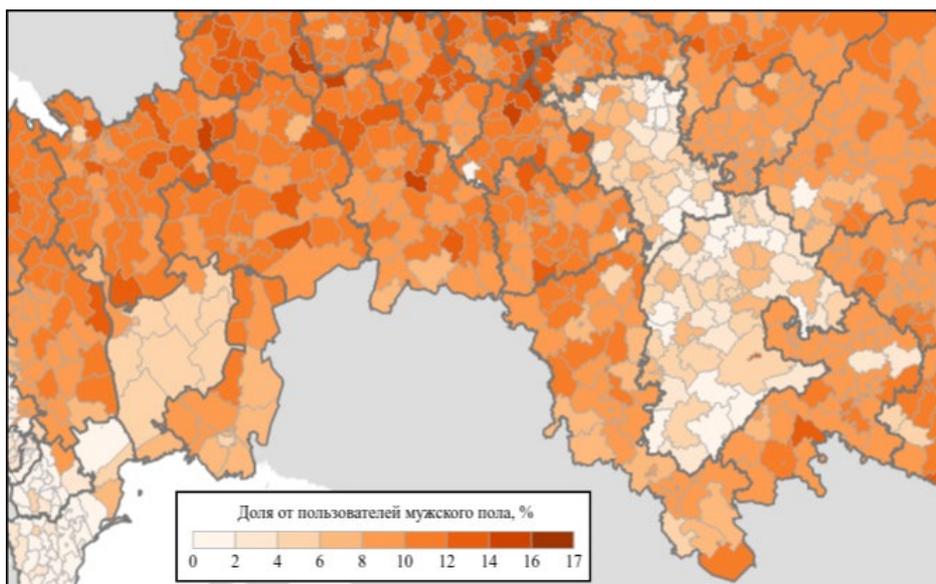


Рисунок 4. Доля пользователей с именем Александр по муниципальным образованиям Поволжья и Урала

Картина с падением популярности имен-лидеров федерального уровня воспроизводится во многих республиках Российской Федерации. В частности, на рисунке 4 так же отчетливо, как Татарстан и Башкирия, видна и Калмыкия. Примечательно, что в соседней с Татарстаном Удмуртской республике имя Александр достаточно популярно. Этот контраст можно рассматривать как косвенный индикатор уровня ассимиляции³.

³ Благодарим Анну Герасимову за идею интерпретации.

Привлекательность вузов

Исследование образовательных миграций, в особенности переездов для учебы в вузе непосредственно после окончания школы, по-видимому, наиболее очевидное применение данных из анкет пользователей «ВКонтакте». Именно эти миграции отображаются в анкете непосредственно, в то время как об иных перемещениях можно судить по косвенным данным, сопоставляя места учебы и текущее место проживания.

Вопрос о том, из каких регионов поступают студенты в вузы города, имеет значение для характеристики экономико-географического положения города. Примечательно, что для ответа на него в работе [Маергойз, 1956] предлагается использовать студенческие анкеты, хранящиеся в архиве вуза. Анкеты пользователей социальных сетей можно рассматривать как их практически полноценные современные аналоги.

Массив данных, представленный на сайте, позволяет анализировать образовательные миграции весьма детально. Более того, для использования в дальнейших исследованиях на сайте также представлены более детальные наборы данных, чем те, что используются при формировании интерактивных картосхем.

Приведенный ниже пример иллюстрирует возможности ресурса для анализа привлекательности вузов, географические зоны преимущественного набора абитуриентов, причем по разным специальностям. Для примера приведены две картосхемы, показывающие соотношение количества абитуриентов, поступивших в вузы Новосибирской области (преимущественно непосредственно Новосибирска) на специальности технической и гуманитарной направленности (см. рис. 5). С помощью настроек интерактивного атласа получена пара карт географического распределения всех, кто когда-либо учился в вузах Новосибирской области на технических и гуманитарных специальностях, по регионам окончания школы. Рисунок 5 представляет собой увеличенные фрагменты данных карт. При их сопоставлении бросается в глаза гендерная дифференциация абитуриентов (юноши преобладают на технических специальностях, девушки — на гуманитарных) — на всех диаграммах карты по распределению мест рождения студентов технических специальностей преобладает синий цвет (юноши), гуманитарных — красный (девушки). Однако сопоставление данной пары карт позволяет сделать и более интересные выводы — например, о том, что роль Новосибирска как межрегионального образовательного центра по-разному проявляется для разных отраслей знаний. На факультеты технической направленности поступили сотни студентов из различных, и не только соседних, регионов Сибири и Дальнего Востока (внушительные кружки на фоне многих регионов свидетельствуют о значительной численности уроженцев многих регионов Сибири, поступивших в новосибирские вузы); атлас позволяет при необходимости дать количественные оценки (см. примечание о репрезентативности данных). На гуманитарных специальностях студенты из других областей встречаются существенно реже (круговые значки, отражающие число уроженцев конкретных регионов, поступивших в Новосибирск, почти незаметны). Сопоставление двух картосхем позволяет предположить, что факультеты гуманитарной направленности имеют локальное значение, «обслуживая» лишь саму Новосибирскую область, в то время как

технические факультеты формируют славу Новосибирска как образовательного центра федерального уровня.

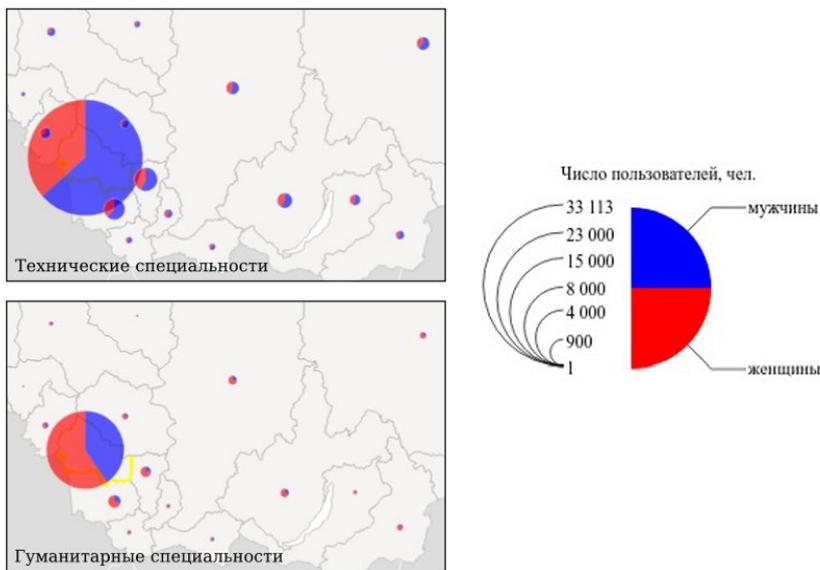


Рисунок 5. «Зоны сбора» студентов в вузы Новосибирской области

Миграционные потоки

Данные, полученные в результате обработки анкет пользователей сети «ВКонтакте», не аналогичны данным о миграциях в официальной статистике. В анкетах пользователей содержится информация о месте жительства, а также о местах и времени обучения в различных учебных заведениях: на основании этой информации можно частично восстановить последовательность пространственных перемещений пользователя. Располагая места учебы хронологически и добавляя в конце место жительства (если оно указано), получаем «траекторию» перемещений пользователя, в которой можно выбрать последнее по времени перемещение — «последний переезд». Рассматриваемые далее данные о миграционных потоках представляют собой общее число переехавших из одного региона в другой в рамках последнего (хронологически) переезда, просуммированное по всем анкетам пользователей. Таким образом, данные, представленные на сайте, позволяют выявить относительное преобладание одних направлений миграционных потоков над другими, но не дают возможности оценить собственно объем миграции. Картина, получающаяся в результате наложения множества факторов, тем не менее позволяет сделать некоторые наблюдения.

Общемировая тенденция концентрации населения в крупных агломерациях, особо сильно проявляющаяся за пределами развитых стран [Towards a more urban world..., 2015], а также, по-видимому, сверхцентрализация Российской Федерации

находят отражение в миграционных потоках, которые в первую очередь направлены в центральные мегаполисы — Москву и Санкт-Петербург.

Преобладание столь сильное, что на его фоне практически незаметны прочие перемещения населения. Однако и в этих «первых среди последних» миграционных потоках просматриваются любопытные закономерности.

Потоки, не ведущие в Москву или Санкт-Петербург, распределены по территории России нерегулярно: можно выявить «притягивающие» регионы, а также сети регионов с интенсивным миграционным обменом.

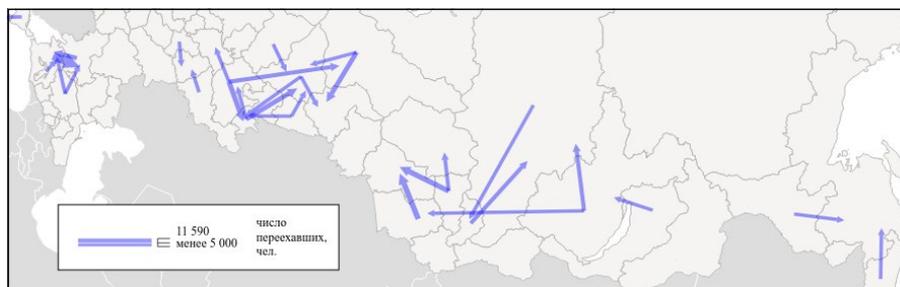


Рисунок 6. Тридцать крупнейших миграционных потоков между регионами России, исключая Москву и Санкт-Петербург

При рассмотрении тридцати крупнейших интегральных миграционных потоков можно выявить следующие области притяжения: Хабаровский край собирает приезжих из соседних Приморского края и Амурской области, в Сибири потоки направлены в сторону Красноярского края и Новосибирской области, разнонаправленная сеть связывает регионы Уральского федерального округа — Башкирию, Челябинскую область, Пермский край, Свердловскую область, Тюменскую область и входящие в нее автономные округа. На юге России центрами притяжения оказываются Краснодарский край и Ростовская область.

В представленной картине достаточно слабо заметен так называемый западный дрейф [Мкртчян, 2015]: в миграционных потоках, направленных не в столичные города, преимущественно проявляется локальное перераспределение населения между регионами, нежели общее движение с восточных окраин в сторону центрального региона. Примечательно, что среди рассмотренных крупных потоков ни один не оказался направлен в Московскую и Ленинградскую области. По-видимому, переезжая в агломерацию, пользователи предпочитают указывать в качестве места своего жительства ее центр.

Данные о миграционных потоках между административно-территориальными единицами второго уровня (муниципальными районами и городскими округами) не имеют аналогов в официальной статистике и позволяют с высокой точностью определять преобладающие направления переездов жителей отдельно взятых городов. Подобные сведения использовались при исследовании миграционного поведения выходцев из Норильска [Замятина, Яшунский, 2015; Zamyatina, Yashunsky, 2017]. В таблице 1 представлены десять крупнейших миграционных потоков из Норильска, вычисленные по данным анкет пользователей «ВКонтакте».

Таблица 1. **Миграция из Норильска**

Направление миграции	Число мигрантов
Санкт-Петербург	1673
Москва	1658
Красноярск	1281
Новосибирск	348
Нижний Новгород	290
Белгород	259
Краснодар	251
Екатеринбург	226
Ростов-на-Дону	178
Воронеж	163

Не позволяя точно оценить число переехавших (тем более за определенный период времени), эти данные заставляют обратить внимание на особую роль Санкт-Петербурга (поток превышает поток в Москву), Белгорода и Краснодара (поток превышает более многолюдный и более близкий Екатеринбург) для жителей Норильска.

Межрегиональные социальные связи

Как и в случае миграционных потоков, основная масса межрегиональных дружеских связей приходится на Москву и Санкт-Петербург. Все прочие связи меркнут на их фоне: в первой сотне наиболее значимых межрегиональных связей только в восьмом десятке появляются связи, в которых не участвует один из столичных городов. Вместе с тем, картина этих «внестоличных» связей достаточно интересна (см. рис. 7). В качестве «центров дружбы» явно выделяются Краснодар и Новосибирск, а регионы Урала и частично Западной Сибири оказываются связаны мощной сетью. Возникновение именно такой конфигурации межрегиональных связей, по-видимому, связано не в последнюю очередь с направлениями миграционных потоков: собственно, дружеские связи часто повторяют картину преобладающих направлений миграций. Подобное наблюдение представляется вполне ожидаемым, но этот вопрос, вероятно, требует более детального исследования.

Помимо дружеских связей на уровне регионов Российской Федерации на сайте также представлена информация о дружеских связях на уровне муниципальных районов и городских округов. Этот массив информации, до сих пор практически неисследованный, вероятно, кроме очевидных наблюдений (преобладание дружеских связей со столицами) позволит выявить какие-то более интересные скрытые закономерности.

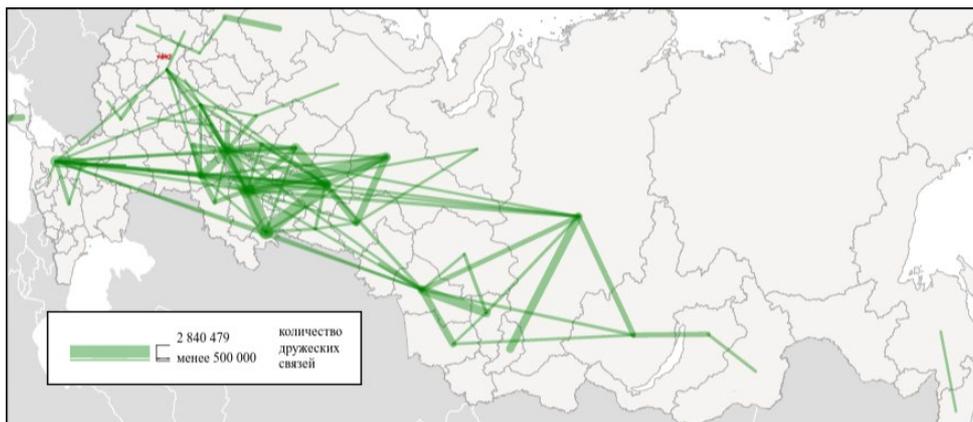


Рисунок 7. Наиболее значимые дружеские связи между регионами России, исключая Москву и Санкт-Петербург

Заключение

Опубликованные массивы данных во многих аспектах не имеют аналогов и предназначены для широкого круга исследователей. Представленные в данной работе наблюдения не претендуют на полноту характеристики спектра возможных путей использования данных социальных сетей для анализа социальных явлений. В атласе на сайте «Виртуальное население России» каждый из возможных к построению типов картосхем сопровождается пояснениями и рекомендациями по возможным направлениям использования сформированного массива данных.

Однако десятки возможных вариантов наблюдений группируются в два крупных магистральных направления. Первое — это исследование собственно структуры социальных сетей, их распространения, особенностей наполнения и функционирования в разных регионах и городах страны, в разных типах населенных пунктов (например, в крупных и малых городах, на периферии и т. д., в национальных республиках и др.). Второе направление — это оценка миграционных потоков и других социальных явлений, для которой материалы социальных сетей, собранные на сайте «Виртуальное население России», являются косвенным источником данных. Парадоксально, но до настоящего времени машинным образом собранные большие данные по структуре социальных сетей использовались именно в этом (в общем-то, побочном) направлении, см. [Замятина, 2012; Замятина, Яшунский, 2012] и др. Это связано с катастрофической нехваткой оперативной официальной статистики: например, матрицы миграций «регион — регион», не говоря уже о матрицах «город — город», давно доступных многим нашим зарубежным коллегам, — именно поэтому данные социальных сетей вынужденно стали источниками данных для хотя бы оценочных суждений о локальных миграционных потоках.

Мы надеемся, что публикация интерактивного атласа социальных сетей станет отправной точкой исследований виртуальной географии в целом, откроет дорогу к исследованию региональной специфики функционирования социальных сетей

в целом — задача, ранее недоступная из-за трудоемкости и ресурсоемкости сбора больших данных. К сожалению, действовать нужно быстро: данные по тем же причинам обновить практически невозможно, и представленный ресурс, отражающий полный срез крупнейшей российской социальной сети «ВКонтакте» по состоянию на 2015 г., взывает к срочному исследованию.

Он может быть полезен, как уже говорилось, и для косвенных наблюдений социальных явлений. Здесь задача ресурса — показать общую картину на уровне детальности, пока недоступной в официальных статистических источниках. Мы надеемся, что представленная информация не только послужит источником дополнительных сведений по различным вопросам, но и позволит ставить и решать новые исследовательские задачи в различных областях знаний.

Список литературы (References)

- Бухгольц Э. О., Маергойз И. М.* Крупномасштабное изучение городов // Методы географических исследований. Сб. статей. М., 1960. С. 333—345.
Bukhgoltz E. O., Maergoyz I. M. (1960) Studying cities in large scale. In: Geographical research methods. Collection of articles. P. 333—345. (In Russ.)
- Замятина Н. Ю.* Метод изучения миграций молодежи по данным социальных Интернет-сетей: Томский государственный университет как «центр производства и распределения» человеческого капитала (по данным социальной Интернет-сети «ВКонтакте») // Региональные исследования. 2012. Вып. 2 (36). С. 15—28.
Zamyatina N. Yu. (2012) Studying youth migrations through social networks data: Tomsk State University as a 'centre that produces and distributes' human capital (based on Vkontakte social network data). *Regional research*. Vol. 36. No. 2. P. 15—28. (In Russ.)
- Замятина Н. Ю., Пилясов А. Н.* Россия, которую мы обрели: исследуя пространство на микроуровне. М.: Хронограф. 2013.
Zamyatina N. U., Pelyasov A. N. (2013) The Russia we have acquired: microexamination of space. *Chronograph*. (In Russ.)
- Замятина Н. Ю., Яшунский А. Д.* Межрегиональные центры образования // Отечественные записки. 2012. Вып. 3 (48). С. 74—84.
Zamyatina N. U., Yashunsky A. D. (2012) Interregional education centres. *Otechestvennye zapiski*. Vol. 48. No. 3. P. 74—84. (in Russ.)
- Замятина Н. Ю., Яшунский А. Д.* Миграции с Севера: социальные сети и ментальная «близость» // Внеэкономические факторы пространственного развития. Сб. статей / отв. ред. Стрелецкий В. Н. М.: Эслан, 2015. С. 147—173.
Zamyatina N. U., Yashunsky A. D. (2015) Migrations from the North: social networks and mental 'proximity'. In: Non-economic factors of spatial development. Collection of articles. P. 147—173. (in Russ.)
- Ивлиева О. Д., Яшунский А. Д.* Виртуальная урбанизация // Городские исследования и практики. 2016. Т. 1(4). С. 26—36.
Ivlieva O. D., Yashunsky A. D. (2016) Virtual urbanization. *Urban studies and practices*. Vol. 1. No. 4. P. 26—36. (in Russ.)

- Маергойз И. М.* К экономико-географическому изучению городов // Вопросы географии. Сб. 38: География городов. М. 1956. С. 5—26.
- Maergoyz I. M.* (1956) Studying cities in economical and geographical aspects. *Geographical issues*. Vol. 38. City geography. M. P. 5—26. (in Russ.)
- Мкртчян Н. В.* Пространственные особенности внутрироссийской миграции в постсоветский период // Современные исследования миграции населения. М. : Экономический факультет МГУ им. М. В. Ломоносова. 2015. С. 94—111.
- Mkrtychyan N. V.* (2015) Spatial peculiarities of internal migration in Russia in the Post-Soviet era. In: Contemporary research of migration: Collection of articles. P. 94—111. (in Russ.)
- Пилясов А. Н.* (ред.) Синергия пространства: региональные инновационные системы, кластеры и перетоки знания / отв. Ред. А. Н. Пилясов. Смоленск: Ойкумена. 2012.
- Pelyasov A. N.* (2012) Synergy in space: regional innovation systems, clusters and knowledge spillovers. Ed. by A. N. Pelyasov. Smolensk: Oecumene. (in Russ.)
- Утков П., Замятина Н. Ю.* Ссылки между сайтами университетов: территориальная структура виртуального пространства // Российская глубинка — модели и методы изучения. Сборник статей. М. : Эслан, 2012. С. 451—458.
- Utkov P., Zamyatina N. U.* (2012) Web links between universities' websites: territorial structure of virtual space. In: Russian province: models and ways of studying it. Collection of articles. P. 451—458. (In Russ.)
- Фаузер В. В., Лыткина Т. С., Фаузер Г. Н., Залевский В. А.* Население северных регионов: от количественных показателей к качественному измерению. Сыктывкар : Изд-во СГУ им. Питирима Сорокина, 2016. URL: http://vvfauzer.ru/pub/mon/m_2016_1.pdf (дата обращения 25.11.2017).
- Fauzer V. V., Lytkina T. S., Fauzer G. N., Zalevsky V. A.* (2016) Northern regions: from quantity to quality measuring. Syktyvkar State University. http://vvfauzer.ru/pub/mon/m_2016_1.pdf (accessed 25.11.2017). (in Russ.)
- Чекмышев О. А., Яшунский А. Д.* Извлечение и использование данных из электронных социальных сетей // Препринты ИПМ им. М. В. Келдыша. 2014. Вып. 62. URL: <http://library.keldysh.ru/preprint.asp?id=2014-62> (дата обращения: 25.11.2017).
- Chekmyshev O. A., Yashunsky A. D.* (2014) Extraction and usage of online social network data. Preprint of the Keldish institute of applied mathematics. No. 62. URL: <http://library.keldysh.ru/preprint.asp?id=2014-62> (accessed 25.11.2017). (in Russ.)
- Яшунский А. Д., Замятина Н. Ю.* Севера как зона роста российской провинции // Отечественные записки. 2012. Вып. 5 (50). С. 227—239.
- Yashunsky A. D., Zamyatina N. U.* (2012) Northern region as Russian province zone of development. *Otechestvennyye zapiski*. Vol. 50. No. 5. P. 227—239. (in Russ.)
- Adekannbi J.* (2011) Web link analysis of interrelationship between top ten African universities and world universities. *Annals of Library and Information Studies*. Vol. 58. No. 2. P. 128—138.

Agibetova U., Samson I. (2008) The Metropolization of the FSU Temptative Measurement via the Method of Hyperlinks Notoriety. In: Eurasian Integration Yearbook, Almaty: Eurasian Development Bank. P. 115—135.

Almind T. C., Ingwersen P. (1997) «Informetric analyses on the World Wide Web: methodological approaches to 'webometrics'». *Journal of Documentation*. Vol. 53. No. 4. P. 404—426. <http://doi.org/10.1108/EUM0000000007205>.

Anselin L., Varga A., Acs Z. (1997) Local Geographic Spillovers between University Research and High Technology Innovations. *Journal of Urban Economics*. No. 42. P. 422—448. <https://doi.org/10.1006/juec.1997.2032>.

Audretsch D., Lehmann E., Warning S. (2004) University spillovers: does the kind of science matter? *Industry and Innovation*. Vol. 11. No. 3. P. 193—205. <https://doi.org/10.1080/1366271042000265375>.

Björneborn L., Ingwersen P. (2004) Toward a basic framework for webometrics. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*. Vol. 55. No. 14. P. 1216—1227. <https://doi.org/10.1002/asi.20077>.

Feldman M., Kogler D. (2010) Stylized facts in the geography of innovation. In: Handbook of the Economics of Innovation. Vol. 1. P. 381—410.

Feldman M. (1999) The New economics of innovation, spillovers and agglomeration: a review of empirical studies. *Economics of Innovation and New Technology*. Vol. 8. No. 1—2. P. 5—25. <https://doi.org/10.1080/10438599900000002>.

Koltsova O., Koltcov S., Sinyavskaya Y. (2017) When Internet Really Connects Across Space: Communities of Software Developers in Vkontakte Social Networking Site. In: Ciampaglia G., Mashhadi A., Yasseri T. (eds.) Social Informatics. Lecture Notes in Computer Science. Vol. 10540. P. 431—442. https://doi.org/10.1007/978-3-319-67256-4_34.

Kousha K. (2005) Webometrics and Scholarly Communication: An Overview. *Quarterly of Library and information Science*. Vol. 14. No. 4. P. 7—16.

Maggioni, M.A., Uberti, T.E. (2009) Knowledge networks across Europe: which distance matters? *Annals of Region Science*. Vol. 43. No. 3. P. 691—720. <https://doi.org/10.1007/s00168-008-0254-7>.

Mamatov T., Samson I. (2009) Metropolisation and enlargement of European Union: an analysis by the hyperlinks with filters. In: Territorial Cohension of Europe and Integrative Planning. 49-th European Congress of the Regional Science Association International 25th-29th Agust 2009. Book of Abstracts. P. 299—300.

Takhteyev Yu., Gruzd A., Wellman B. (2012) Geography of Twitter networks. *Social Networks*. No. 34. P. 73—81. <https://doi.org/10.1016/j.socnet.2011.05.006>.

Theilwall M. (2002) A research and institutional size-based model for national university Web site interlinking. *Journal of Documentation*. Vol. 58. No. 6. P. 683—694. <https://doi.org/10.1108/00220410210448219>.

Theilwall M. (2008a), Social networks, gender, and friending: An analysis of MySpace member profiles. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*. Vol. 59 No. 8. P. 1321—1330. <https://doi.org/10.1002/asi.20835>.

Theilwall M. (2008b) Bibliometrics to Webometrics. *Journal of Information Science*. Vol. 34. No. 4. P. 605—621. <https://doi.org/10.1177/0165551507087238>.

Theilwall M. (2009) Introduction to webometrics. Quantitative web research for the social science. San New York: Morgan & Claypool. <https://doi.org/10.2200/S00176ED1V01Y200903ICR004>.

Towards a more urban world (GMT 2). (2015) SOER. 2015. URL: <https://www.eea.europa.eu/soer-2015/global/urban-world> (accessed 25.11.2017).

Wadhwa V., Saxenian A., Freeman R., Gereffi G., Salkever A. (2009) America's Loss is the World's Gain: America's New Immigrant Entrepreneurs, Part 4, SSRN. URL: <http://ssrn.com/abstract=1348616> (accessed 25.11.2017). <https://doi.org/10.2139/ssrn.1348616>.

Zamyatina N., Yashunsky A. (2017) Migration cycles, social capital, and networks. A new way to look at Arctic mobility. In: *New mobilities and social changes in Russia's Arctic regions*. Ed. Laruelle M. Routledge research in Polar Regions. P. 59—84.

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.08

Правильная ссылка на статью:

Соколова Е. К. Разделенная близость: новые форматы аутентичного движения в рунете // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 1. С. 138—155. DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.08.

For citation:

Sokolova E. K. Closeness at distance: new formats of authentic movement in rунet. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. 2018. № 1. P. 138—155. DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.08.



Е. К. Соколова

РАЗДЕЛЕННАЯ БЛИЗОСТЬ: НОВЫЕ ФОРМАТЫ АУТЕНТИЧНОГО ДВИЖЕНИЯ В РУНЕТЕ

РАЗДЕЛЕННАЯ БЛИЗОСТЬ: НОВЫЕ ФОРМАТЫ АУТЕНТИЧНОГО ДВИЖЕНИЯ В РУНЕТЕ

CLOSENESS AT DISTANCE: NEW FORMATS OF AUTHENTIC MOVEMENT IN RUNET

СОКОЛОВА Елена Константиновна — аспирант, Институт этнологии и антропологии им. Н. Н. Миклухо-Маклая Российской академии наук, Москва, Россия.

E-MAIL: elena.k.sokolova@gmail.com
ORCID: 0000-0002-4884-5446

Elena K. SOKOLOVA¹ — Postgraduate student

E-MAIL: elena.k.sokolova@gmail.com
ORCID: 0000-0002-4884-5446

¹ Institute of Ethnology and Anthropology of Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia

Аннотация. Статья исследует трансформацию форматов практики аутентичного движения, происходящую в связи с развитием интернета и социальных сетей. Возможности интернета бросают вызов базовым принципам практики, таким как очное сопresутствие движущегося и свидетеля, ограничение

Abstract. The article explores the transformation of authentic movement formats following the development of the Internet and social networks. The Internet offers a range of possibilities that challenge basic principles of authentic movement such as the mover and the witness physical co-presence, time and

времени и пространства практики. Возникает исследовательская гипотеза о возможном цифровом разрыве, а также интерес к тому, как происходит цифровая интеграция. На эмпирическом материале рассматривается разнообразие поведенческих стратегий в отношении использования интернета в связи с аутентичным движением в русскоязычной среде. В качестве примеров приводятся форматы онлайн-сессии и соло, движения в одиночестве с последующей рефлексией и поддержкой виртуальной группы. В фокусе внимания исследования находится качественный аспект отношений человека и технологий, который теоретизируется в рамках постфеноменологии Дона Айди. Насколько интернет позволяет расширять или, наоборот, редуцирует телесно-чувственный опыт практиков аутентичного движения? Как развиваются отношения в цифровой среде в рамках такой практики, где безопасность, доверие и близость оказываются критичными?

Ключевые слова: интернет, социальные сети, телесность, аутентичное движение, постфеноменология

space limits. A hypothesis arises on possible digital divide while digital integration process attracts researchers' attention. Using empirical data, different behavioural strategies in Internet are studied among Russian-speaking practitioners of authentic movement. Formats such a regular pair session conducted online and a solo movement session supported by a virtual group are given as examples. The authors focus on the qualitative aspect of human-technology relationships theorized in Don Ihde's works on postphenomenology. Whether the Internet enlarges or reduces authentic movers' bodily and sensory experience? How digital environment affects relationships in authentic movement, where security, trust and intimacy must to be crucial?

Keywords: Internet, social networks, corporality, authentic movement, postphenomenology

«Я знаю, что очень долгое время была человеком вне социальных сетей <...> и мне было абсолютно комфортно. Но потом больше распознать <...> что сейчас интернет становится площадкой продвижения проектов, и если чего-то нет в интернете, значит этого нет в природе»

Из архива интервью автора, 2017 г.

Введение

В современной технооптимистической среде, как государственной¹, так и предпринимательской², принято размышлять о том, как технологии меняют мир. Тем

¹ Национальная технологическая инициатива [Электронный ресурс]. Агентство стратегических инициатив. URL: <https://asi.ru/nti/> (дата посещения: 10.02.2018).

² Think with Google UK 2017 on Catch Up: Watch the Recording. Think with Google [Электронный ресурс]. URL: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/en-gb/advertising-channels/search/think-google-uk-2017-catch-watch-recording/> (дата посещения: 10.02.2018).

не менее не только технологии трансформируют практики, можно также наблюдать обратный процесс, когда практики наполняют смыслом технологии [Miller et al., 2016]. Интерес представляют исследования отношений между человеком и технологиями. В качестве актуальных примеров теоретических подходов можно привести акторно-сетевую теорию — фиксирование цифровых следов [Латур, 2014] и постфеноменологию — попытку вскрыть суть этих отношений, описать их качество и типологию [Ihde, 1975]. Важную роль здесь могут играть качественные методы, в том числе цифровая этнография, используемая как специфический метод работы в цифровом поле [Boellstorff et al., 2012] и предоставляющая возможность объединять разные поля [Pink et al., 2015].

Настоящая работа посвящена интернет-практикам — тому, как именно используются технологии (на примере конкретных кейсов). В качестве объекта выбраны практика аутентичного движения и сообщество ее русскоязычных последователей. В статье рассматривается, как используется интернет в связи с этой практикой, а также отмечается появление новых форматов практики, связанных с опосредованным технологиями присутствием, ставшим возможным благодаря развитию интернета и распространением социальных сетей. Выбранное направление представляет интерес, поскольку позволяет рассматривать различные аспекты телесности и технологий в их взаимосвязи: аутентичное движение — это прежде всего телесно-ориентированная практика, истоки которой восходят к работе американской танцовщицы и психотерапевта Мэри Старкс Уайтхаус, изучавшей природу движения [Whitehouse, 1999b]. В аутентичном движении обнаруживается близкое постфеноменологии понимание присутствия как прямого опыта, возникающего в процессе отношений, но предлагается также расширенный инструментальный описания телесного опыта и его трансформации [Соколова, 2018].

Как «простая форма самонаправленного движения»³, аутентичное движение может существовать в виде отдельного направления [Adler, 2002] или совмещаться с другими практиками, например, терапией [Chodorow, 1991]. Работающее в рамках реляционной онтологии, аутентичное движение, как правило, требует наличия движущегося и свидетеля — таким образом, классические форматы подразумевают очное взаимодействие двух и более человек, а также ограничение времени и пространства практики. Возможности интернета существенным образом трансформируют эти базовые принципы, и в связи с этим мы рассмотрим две тематические линии. Первая касается исследования сообщества практиков аутентичного движения и разнообразия поведенческих стратегий в отношении интернета. Вторая тематическая линия фокусируется на исследовании новых цифровых форматов практики. В качестве конкретных кейсов будут приведены peer-to-peer онлайн сессия, а также группы в социальных сетях, практикующие соло — движение в одиночестве, с последующей рефлексией и поддержкой виртуальной группы.

На примере ситуационного использования интернета практиками аутентичного движения есть возможность исследовать качественный аспект отношений человека и технологий, попытаться выяснить, почему люди обращаются к интернету

³ Authentic Movement Community [Электронный ресурс]. URL: <https://membersam.org> (дата посещения: 10.02.2018).

в случае телесно-ориентированной, закрытой и нишевой офлайн-практики, как это ее трансформирует, какой опыт это дает участникам. Насколько интернет позволяет расширять или, наоборот, редуцирует телесно-чувственный опыт практиков аутентичного движения? Можно ли наблюдать появление квазидругого в виде виртуальной группы поддержки? Как развиваются отношения в цифровой среде в рамках такой практики, где безопасность, доверие и близость оказываются критичными?

Теория

В качестве теоретической рамки работы используется постфеноменология американского философа Дона Айди, «модифицированная, гибридная феноменология» [Ihde, 2007: 23]. В истоках этого направления Айди обращается к философии технологии, но ему крайне важен опыт технологий [Ihde, 1979: 3], который разворачивается в отношениях человека с технологиями и, таким образом, он приходит к феноменологии техники: instrumentation [Ihde, 1979: 16], technic [Ihde, 1998]. Особенностью подхода является эмпирический разворот, «конкретные эмпирические исследования технологий во множественном числе» [Ihde, 2007: 23]. Среди работ Айди можно найти различные исследования сенсорного опыта: например, звука, визуального опыта [Ihde 1998; 2007].

Во-первых, интерес представляет постфеноменологическая типология отношений между человеком и технологиями, изложенная Айди в ряде работ [Ihde 1975; 1979; 2007], развиваемых в настоящее время его последователями в рамках Science & Technology Studies (например, [Verbeek, 2005]). Классификация Айди включает в себя четыре базовых типа: отношения воплощения (embodiment relations), герменевтические отношения (hermeneutic relations), отношения несхожести (alterity relations) и фоновые отношения (background relations) [Ihde, 2009: 42]. Фербеек обращает внимание на то, что Айди выделяет опосредованное (mediated) восприятие и неопосредованное (unmediated) опыта. Поэтому он относит первые два типа классификации к отношениям опосредования, определяя их как «отношения с артефактами, в которых они опосредуют отношения людей с их миром» [Verbeek, 2005: 125]. Простым примером отношений воплощения, когда технологии включаются в опыт, изменяя телесно-чувственное восприятие, могут быть очки. Фербеек отмечает возможность проницаемости подобных технологий: «Когда я ношу очки, я смотрю не на них, а сквозь них на мир. Я надеваю очки — и они исчезают из моего восприятия» [ibid.: 125]. В качестве примера второго набора опосредованных отношений, герменевтических отношений, когда «мир воспринимается не через артефакт, а посредством его», и требуется интерпретация, он приводит градусник [ibid.: 126]. Отношения несхожести «вовлекают технологии как таковые как квазиобъекты или квазидругих»; а фоновые отношения возникают в ситуации, когда технологии — это «просто часть нашей среды» [Ihde, 2009: 42]. Попытка соотнесения эмпирического материала с приведенной типологией кажется нам речурсной.

В качестве дополнительной оптики для целей исследования отношений опосредования будет использоваться теория масштабируемой социальности (scalable sociality) Дениэла Миллера, которая во многом наследует теории полимедиа

(polymedia) [Borgerson, Miller, 2016: 5]. Полимедиа определены как «появляющаяся среда коммуникативных возможностей, функционирующая как «интегрированная структура», в которой каждый отдельный носитель определяется в относительных терминах в контексте всех других медиа» [Madianou, Miller, 2013: 170], тогда как последующая теория масштабируемой социальности оперирует конкретными переменными, такими как размер группы и степень приватности [Miller et al., 2016].

Во-вторых, необходимо отметить работы Айди, посвященные телу и телесности, где он исследует различные концепции тел: как телесность феноменологического живого тела, так и культурных конструкторов, связанных с телом, к которым он относит технологические аспекты воплощения [Ihde, 2001]. Например, он обращается к вопросам виртуальности тела (virtual bodies). При этом фокус его внимания включает не только цифровые тела, но и нетехнологическую виртуальность, что описывает исследуемые в работе кейсы.

Методология

Работа включает полевые материалы по практике аутентичного движения, основанные на длительном (полтора года) включенном наблюдении офлайн и онлайн, а также серии интервью с русскоязычными практиками. Специально для подготовки статьи были взяты дополнительные интервью с ведущими виртуальных групп в формате соло в социальных сетях, а также практикующими парный формат онлайн. В качестве одного из кейсов сессии соло был проведен анализ открытых ресурсов интернета.

В подходах к изучению интернет-практик сформировалось широкое методологическое разнообразие. Выбор может зависеть в том числе от того, что сам исследователь формулирует как поле. Например, существуют исследования виртуальных миров как таковых — этнография игровых миров (например, [Nardi, 2010]), профилирование в социальных сетях (например, [Kosinki, 2013]). В этих достаточно разных примерах общее то, что информация полностью собирается онлайн: мы исследуем виртуальное поле в виртуальном поле. На другом конце спектра представлены работы в русле классической этнографии, например, проекты команды Миллера⁴, подразумевающие в числе прочего 15 месяцев офлайн-присутствия антрополога в конкретной географической точке, а также традиционного офлайн-взаимодействия с сообществом, которое изучается. Между этими двумя крайними позициями есть множество промежуточных, которые составляют основное большинство.

Поскольку в настоящей работе речь идет об интернет-практиках и форматах, исследовались онлайн-ресурсы — сайты, блоги, открытые паблики, профили и группы в социальных сетях: Facebook, Instagram, «ВКонтакте». На наш взгляд, одной цифровой этнографии, анализа текстов и тэгов для целей работы, намеревающейся исследовать суть отношений между человеком и технологиями, было бы недостаточно. Необходимо также понимание ситуации на уровне закрытой для глаз постороннего наблюдателя части интернета, которая, как показывает исследование, имеет свое место. Требуется также глубокое прояснение причин,

⁴ См. UCL ASSA [Электронный ресурс]. URL: <https://blogs.ucl.ac.uk/assa> (дата посещения: 10.02.2018); Why we post [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ucl.ac.uk/why-we-post> (дата посещения: 10.02.2018).

по которым участники прибегают к технологической медиации, а также подробное обсуждение этого опыта. В этой связи работа во многом опирается на длительное погружение в изучаемую среду, включенное наблюдение (включенную практику), а также интервью.

Важна этическая сторона исследования. В аутентичном движении существуют правила, касающиеся конфиденциальности. Прежде всего они обусловлены стремлением обеспечить безопасность практики, имеющей дело с глубоко личным материалом. Так, роль движущегося подразумевает, что именно он является «хозяином своего опыта» [из интервью], и несмотря на то что группы аутентичного движения могут относиться к правилам свидетельствования по-разному, выносить информацию о конкретных процессах за их рамки без разрешения запрещается в подавляющем большинстве случаев. Подобная конфиденциальная информация, как правило, остается в стенах помещения практики, распространяясь только с разрешения, что соотносится с особой культурой аутентичного движения. По этой причине в рамках цифрового поля были изучены исключительно открытые источники, а интервью анонимизированы, за исключением нескольких цитат, на публикацию которых получено разрешение.

Также отметим, что поле было сознательно ограничено критерием использования русского языка: несмотря на разнообразную географию актуального присутствия, а также этническую и гражданскую принадлежность, в объектив исследования были включены практики аутентичного движения, говорящие и пишущие по-русски.

Ресурсы аутентичного движения в рунете

Практика аутентичного движения — не массовое явление. Как правило, это ниша для тех, кто готов в закрытом формате погружения в прямой опыт присутствия, прежде всего телесного, нарабатывать навыки годами. Тем не менее в интернете на русском языке можно обнаружить целый ряд ресурсов, поддерживаемых от лица институтов, сообществ, преподавателей и практикующих. В последние несколько лет активность все больше мигрирует с сайтов в социальные сети и использует цифровую peer-to-peer коммуникацию: рассылки, группы, чаты. Например, сайт сообщества русскоязычных практикующих не обновлялся с 2015 г., хотя ежегодные лаборатории продолжают собираться и активно обсуждаться через соответствующую группу в Google+, а отчеты выкладываются на белорусском сайте лаборатории. Об интересе к практике в русскоязычных сегментах соцсетей, таких как Facebook, Instagram, «ВКонтакте» и других, можно судить по пабликам и группам с сотнями участников: например, «Аутентичное Движение с Ниной Кунгуровой» во «ВКонтакте» (1316 участников) и на Facebook (подписано 714 человек), «Пространство Аутентичного Движения» на Facebook (412 участников)⁵.

В открытых ресурсах сети публикуется информация о практике общего характера, ссылки, в том числе на международные ресурсы, анонимные и персонализированные отзывы, фото- и видеоматериалы, анонсы мероприятий. Библиотеки

⁵ Количественная информация здесь и далее приводится на момент подготовки статьи.

с литературой о практике есть на сайтах и в группах, зарубежные материалы переводятся, зачастую коллективно, пишут и сами русскоязычные практики. Помимо ресурсов для широкой аудитории существуют программы, посвященные изучению аутентичного движения в терапии, например, сайты «Ассоциация танце-двигательной терапии» и «Институт интегративной работы с телом и двигательной терапии Линды Хартли». Информация об аутентичном движении активно распространяется — материалы обновляются, число подписавшихся на ресурсы растет, но при этом практика в подавляющем большинстве случаев остается в рамках весьма ограниченных групп, проводимых офлайн, где «ограничение происходит не из-за отсутствия желающих, а из-за требования самой практики» [из переписки]. Кажущаяся непропорциональность медиаохвата и нишевой офлайн-практики заставляет задаться вопросом о мотивации тех, публикует материалы.

Наиболее часто среди главных причин, по которой информация об аутентичном движении размещается в сети, называется популяризация. Иногда звучат такие слова, как «реклама», «продвижение программ» [из интервью], но зачастую популяризация подразумевает персональный интерес к практике и желание делиться: «мне, как ведущей, той, кто практикует внутри этой практики, хочется ее поддерживать <...> распространяя» [из интервью]. Такую позицию можно наблюдать не только со стороны ведущих, но и со стороны практикующих, и поскольку она состоит в том, чтобы транслировать свой опыт, делиться с другими, то может выражаться в том числе в виде постов в социальных сетях — фотографиях, отзывах, историях.

Находятся практикующие, которые готовы публиковать информацию на своих страницах или страницах открытых групп. Некоторые доверяют другим «увидеть их» через «глаз» объектива камеры и поделиться своим свидетельством. Есть те, кто расширяет собственные границы контроля и готов к решительным, по сравнению с традиционной закрытой группой, шагам. Например, в одной из открытых групп еженедельно размещаются фотографии процессов, а также рефлексии в виде слов, изображений и других форм творчества: «Если вам есть что сказать, надо это говорить, не важно каким способом <...> это же затрагивает кого-то» [из интервью]. Радикальность принятия своего опыта как практика офлайн может переноситься онлайн, «чтобы ничего не скрывать, не оценивать свое творчество, не пытаться показать миру что-то получше» [из интервью]. Так опыт интегрируется, не разделяя технологическую виртуальность и то, что принято считать актуальной средой.

Можно встретить разные определения мотивации к тому, чтобы делиться информацией в сети: от таких конструктов как «инфо-бизнес» до «страсти» и различных форм перформативного искусства, возможны и варианты их совмещения. Чтобы попытаться объяснить такое разнообразие, необходимо принять во внимание, что аутентичное движение изначально возникло как поиск истоков движения in-depth movement Мэри Старкс Уайтхаус [Whitehouse, 1999b], и продолжает развиваться: движущийся закрывает глаза, и он не знает, что будет дальше, какой опыт возникнет; свидетель этого также не знает, и готов принять то, что случится в процессе. Эксперимент — это суть практики, которая развивается и распадается на школы и отдельные направления, совокупность множества которых представляет собой современное аутентичное движение.

Выход за пределы времени и пространства практики в этом смысле может быть одним из возможных направлений развития.

В терминах постфеноменологии речь идет об отношениях опосредования, а именно об отношениях воплощения, в которых, благодаря целому набору технологий, таких как интернет, социальные платформы, программы и приложения, гаджеты, появляются новые технологические возможности, позволяющие расширять опыт человека. В данном случае, эти возможности обеспечивают как обмен информацией внутри сообщества практиков, так и выход за рамки практикующих в группе и обращения к массовой аудитории, которая недоступна офлайн. Интернет расширяет возможности популяризации и коммуникации, становится той средой, где коммуникация происходит. Информация выходит за пределы зала для практики, виртуально погружая в этот опыт через тексты и визуальные материалы не только тех, кто целенаправленно искал его, но и, заодно, массовую аудиторию социальных сетей. Посредством массовых цифровых каналов открытость практики растет, таким образом, можно столкнуться с аутентичным движением в пространстве сети, стать виртуальным свидетелем.

Но есть и другая сторона, поскольку в такой глубоко личной практике, как аутентичное движение, не каждый готов делиться онлайн собственными переживаниями или фотографиями и тем более делать это за других, что напрямую связывается с базовым пониманием безопасности практики. По-прежнему большая часть того, что представляет собой аутентичное движение, остается вне пространства интернета и не может быть исследовано через ресурсы открытого доступа, поскольку даже среди тех, кто пользуется этими ресурсами, подавляющее большинство практикует офлайн, а в интернете только размещает выборочную информацию постфактум. Практика требует близости, поскольку проистекает в отношениях: «аутентичное движение, сострадательное свидетельство того, как движение становится осознанным, это процесс, возникающий в отношении между движущимся и свидетелем»⁶. За редкими исключениями практика аутентичного движения разных школ и направлений продолжает происходить офлайн, а интернет используется на разных уровнях публичности, что вполне соответствует модели масштабируемой социальности Д. Миллера. С одной стороны, наблюдается тенденция к расширению аудитории, и это происходит при помощи выборочного контента на публичных ресурсах интернета, прежде всего в социальных сетях. С другой стороны, также имеет место закрытая peer-to-peer коммуникация и общение в каналах, рассчитанных только на практикующих аутентичное движение: чаты, рассылки, закрытые или даже секретные группы, численность которых иногда может быть ограничена размером конкретной офлайн-группы. Необходимо отметить, что появляющиеся онлайн-форматы также могут быть описаны моделью масштабируемой социальности, более того, в некотором смысле личный опыт практики в онлайн-формате становится еще более личным и закрытым, в том числе от привычного свидетельства, технологические возможности которого пока сильно ограничены — речь об этом пойдет ниже.

⁶ Discipline of Authentic Movement [Электронный ресурс]. URL: <http://www.disciplineofauthenticmovement.com/discipline-of-authentic-movement-description.html> (дата посещения: 10.02.2018).

Практика на расстоянии

Виртуальные форматы в аутентичном движении имеют многолетнюю международную традицию. В качестве примера можно привести празднование Международного дня аутентичного движения, который проводится ежегодно в день рождения основательницы, «бабушки аутентичного движения» Мэри Старкс Уайтхаус. Группы собираются офлайн, часто в разное время, но один день — во многих городах и странах, а сам процесс движения происходит с осознанием общности. Виртуальное соприсутствие представляется как ритуал, который снимает барьеры разделенности практикующих. Ниже приводится стихотворение Александра Гирсона, написанное по итогам одного из таких процессов.

Hello Mary
в белом домике все хорошо
свечи горят
пахнут цветы
глаза закрыты

Hello Mary
немного правды
не повредит никому
вечер спускается в город
и зажигает тьму

Hello Mary
в самой глубине
простого движения
есть благословение
и больше ничего
нет

Информацию, анонсы групповых собраний, материалы процессов можно также найти в сети. Например, согласно паблику на Facebook, в 2017 г. в пространстве бывшего СССР в праздновании отметились группы из таких городов, как Казань, Курган, Алматы, Воронеж, Ухта, Харьков, Москва, Самара, Ижевск, Екатеринбург, Уфа, Питер, Минск⁷.

Еще один формат представлен открытыми сессиями на встречах групп, сообществ и лабораторий, к которым можно присоединиться. Иногда для этих целей может использоваться интернет (трансляция), или же процесс может происходить исключительно виртуально, когда практика проходит в одно и то же время, но участники сессии не видят друг друга. К процессам могут присоединяться не только группы, но и индивидуальные практикующие. По результатам может

⁷ Аутентичное Движение с Ниной Кунгуровой [Электронный ресурс]. URL: <https://www.facebook.com/456697857762908/photos/a.457063047726389.1073741828.456697857762908/1403412206424797/?type=3&theater> (дата посещения: 10.02.2018).

происходить обмен рефлексией, в группах в виде очной коммуникации, а между группами — почтой, чатами или в социальных сетях.

Вышеописанные форматы — особые, специальные, но есть примеры, когда практикующие пытаются использовать технологии для своих обычных форматов, например, процессов в паре. Такая ситуация может иметь место, например, когда участники уже обладают опытом и желанием практиковать, но по тем или иным причинам не могут делать это очно. Пример, относящийся к 2000 г., описывает практику на расстоянии Полы Сэджер и Элизабет Хэмлин, которых интересовало, «как слова обретают форму из звука, жеста, спокойствия и пустоты, возникающих из внутреннего фокуса» [Hamlin-Haims, Sager, 2002: 17]. Такая практика была воспринята участницами как «еще один способ исследовать движение, свидетельство и письмо из состояния телесного присутствия», при этом «необязательно как замена физического внешнего свидетеля, группы, или обучающей программы» [ibid.: 19]. Сэджер описывает свой опыт как «связующую нить через время и пространство» [ibid.: 18], что нашло отражение в названии книги «Красная нить, две женщины», изданной небольшим тиражом. В 2009 г. дистанционная сессия была реализована русскоязычными практиками в рамках ежегодной минской лаборатории, когда одна группа двигалась в Беларуси, а другая, включая Полу Сэджер и Элизабет Хэмлин, в США. Впоследствии такой формат был предложен на европейской встрече практиков аутентичного движения [из переписки].

Интересно отметить, как на примере аутентичного движения пересекается тема технологической и нетехнологической виртуальности, и можно говорить о некоторой связанности этих феноменов. Речь идет не только о «движущем воображении», богатых юнгианских связях, используемых в некоторых направлениях практики [Whitehouse, 1999a; Chodorow, 1991], но также и о прямом опыте практики, когда в онлайн-сессии параллельно с технологиями связи используется что-то еще, когда сторонам «приходилось специально уделять внимание, представлять, что он [партнер по процессу] где-то там <...> и это похоже на то, когда мы делали дистанционные сессии без всяких онлайн, когда какой-то канальчик, какую-то связь создаешь — не то, что прям формулу: «я связываюсь с тобой», а просто что-то такое» (из интервью). По словам Айди, «наши случайные встречи с изменившимися технологиями происходят не только посредством мышц или телесной силы; они сталкиваются с гораздо более широкими и более глубокими представлениями о том, кто мы есть <...> включают в себя весь спектр наших желаний и фантазий» [Ihde, 2001: xii]. Говоря о нетехнологической виртуальности, он описывает свой опыт преподавания феноменологии, где он использовал эксперименты с образцов, «гуссерлевской тактики»: например, просил класс «представить себе то, что они на самом деле не сделали, но хотели бы сделать, а затем начать критическое феноменологическое описание этого воображаемого действия» [Ihde, 2001: 4]. Получая в ответ вариации на тему полета с примерами, заимствованными из прыжков с парашютом, Айди обнаружил два набора паттернов, которые обозначил как телесный (embodied) и бестелесный (disembodied) режимы парашютного прыжка [ibidem], каждая из перспектив является возможной [ibidem]. Точно также опыт аутентичного движения можно описать, опираясь на виртуальность — как технологическую, так и нетехнологическую.

Кейс: аутентичное движение онлайн в паре

Кейс представляет собой описание первой парной онлайн-сессии русскоязычных практиков, имеющих регулярный многолетний опыт аутентичного движения, и приводится на основании анонимного онлайн-интервью каждого из участников. Причина, по которой они использовали дистанционный формат, двойка. С одной стороны, оба участника высказали свой интерес к тому, чтобы протестировать новое, будучи осведомленными о различных экспериментах в данной области, в том числе онлайн: «попробовать мне было интересно давно, как минимум точно последний год». С другой стороны, у одного из участников возникла ситуационная необходимость: «чувствовал, что есть необходимость в собственной практике, и у меня не было с кем практиковать». Важными факторами были знание человека офлайн и уровень его компетенций в практике аутентичного движения, поскольку это может обеспечить доверие: «в этом конкретном случае для меня стал возможен онлайн благодаря тому, что перед этим было создано прочное взаимодействие офлайн».

Процесс состоял из двух сессий, по одной сессии для каждой из сторон, включающей процесс движения, переходное время и свидетельствование. Использовался «классический» парный формат, где есть движущийся и есть свидетель. К вопросу выбора технологий участники подошли основательно: предварительно созванивались и настраивали трансляцию, тестировали гаджеты, интернет, а также разные программы для работы видео со звуком (Skype, Facebook, Viber). По словам участников, процесс движения онлайн прошел почти как обычно, без видимой разницы в трекинге состояния. Исключение составило изменение в ощущении уровня безопасности, отмеченное одним из движущихся: «гораздо сильнее, чем обычно, было ощущение небезопасности и четкое понимание, прям чувствование на уровне ощущений, что мой свидетель находится далеко, что он не здесь». Второй движущийся отметил, что уровень безопасности обеспечивался тем, что он лично знал партнера по практике, и, сравнивая с сессиями без свидетеля (формат соло), заключил, что онлайн-свидетельствование обеспечивает больше безопасности: «мне этого достаточно».

Разница с офлайн-процессами в большей степени проявилась в свидетельствовании, где возникли разнообразные сенсорные эффекты, касающиеся, прежде всего, зрительного и звукового опыта. Оба участника отмечают «ограниченность и обрезанность формата» практики онлайн: «...Как какой-то кусок срезается. В визуальном ряде я не вижу многих деталей. В аудиальном ряде я не слышу как минимум всего спектра, а чаще вообще ничего не слышно». Речь идет об общем снижении ясности, четкости, а также о технических сбоях, когда сенсорный поток прерывается или искажается. Проявились и некоторые особенные моменты, касающиеся практики. Например, используя типовое оборудование, невозможно установить контакт глазами: когда один человек смотрит в камеру, он перестает видеть в фокусе другого человека. Возможно, большинство людей не рефлексировать свою направленность внимания и не отмечают этот факт. Но тех, кто привык начинать сессию практики с контакта глазами, это сбивает и заставляет искать решение проблемы, потому что «этот контакт нужен — объединение пространств». Еще один специфический пример — когда ограничение зоны видимости изменяет

некоторые ритуалы практики, вынуждая озвучивать то, что прежде было беззвучным действием (например, касание пола в конце процесса, «заземление»).

Технические ограничения отчетливо влияют на воспринимаемое качество контакта между участниками. Проблема формулируется как «отсутствие очного присутствия», когда партнер ощущается неполноценно по сравнению с очными сессиями аутентичного движения: «Все-таки человек не совсем тут рядом со мной, все-таки я его ощущаю не всем телом — [не] слышу все его звуки, [не] ощущаю его тепло, присутствие или еще что-то. Я воспринимаю его больше глазами и ушами, а все остальное тело не очень-то участвует». Мнение второго участника созвучно: «Это, знаешь, как бы тоже партнер, но который смотрит на тебя сквозь какую-то дырочку, через трубочку. Он как бы тот, но это какая-то часть его, это какой-то кусочек его, какой-то срез его. Его хочется больше на самом деле. Вот не хватает. Вот сейчас понял, что не хватает. Но обходишься тем, что есть». Безусловно, совместное присутствие и поддержка в процессе онлайн-практики признается: «Я совершенно точно знаю, что меня свидетельствуют». Близость ощущается, особенно с учетом того, что участники знают друг друга лично, но это может происходить несколько иначе, чем в обычных процессах аутентичного движения: «[Онлайн формат] в чем-то отдаляет, а в чем-то сближает. [Он] дает возможность быть в контакте с кем-то, кто на самом деле далеко, но при этом сам контакт мной, например, воспринимается как далекий очень, и только постепенно он наполняется, сближается <...> Проговор помогает постепенно заполнить пространство». Современные технологии дают возможность встречи, которая была бы невозможна раньше. Но они же приводят к некоторой неопределенности и отвлечению: «вместо того чтобы углубляться в процесс, мы тут решаем, по какому мессенджеру нам созвониться, чтобы лучше слышать». В результате, участникам приходится прилагать дополнительные усилия, «немного больше себя включать в процесс, чтобы больше чувствовать отклика и резонанса». В условиях нехватки контакта в режиме видео, чтобы не скатываться в свидетельствование «автоматически», требуется больше внимания, которое может переходить в намерение создать дополнительную связь, как при виртуальных форматах, «без всяких онлайн».

В сравнении с обычной практикой, если таковая возможна, онлайн-версия уступает, в некоторой степени редуцируя опыт аутентичного движения: «не могу сказать, что у меня что-то добавилось, скорее выпало». Происходит «обеднение» в состоянии свидетельствования, когда «очень сложно поймать какой-то свой эмоциональный или телесный отклик». Те, кто практикует аутентичное движение давно, а также интенсивно развивает не только навыки собственной телесной осознанности, но и навыки свидетельствования, соприсутствия, онлайн-форматы с учетом всех несовершенств технологий могут воспринимать скорее как вынужденный «костыль» или «возможность пережить время до следующего офлайна». При наличии офлайн-практики как таковой потребности в онлайн часто просто не возникает, если только в виде желания поддерживать связь с особыми, «близкими» людьми. Таким образом, мы можем наблюдать ситуацию, когда технологическое опосредование, с одной стороны, расширяет возможности практикующих аутентичное движение, позволяя проводить сессии на расстоянии, а с другой стороны (по крайней мере, на данном этапе технологического развития), редуци-

рует и некоторым образом изменяет телесно-чувственный опыт, особенно в том, что касается свидетельствования.

Виртуальные группы практики соло

Как уже упоминалось выше, практика аутентичного движения подразумевает роль свидетеля как базовую. Поэтому формат соло, движения в одиночестве, хоть и известен как в мире, так и в России, воспринимается большинством как мера, продиктованная обстоятельствами. Новым в этом формате является создание и развитие практики виртуальных соло-групп, ниже приводятся примеры двух подобных направлений. Первое направление, «Аутентичное движение Соло» Олеси Бондаревой, возникло совсем недавно и представлено в нескольких социальных сетях, как глобальных, так и преимущественно русскоязычных, а также в специальном разделе на сайте Олеси. Помимо постоянных групп есть также временные, посвященные отдельным мероприятиям. По показателям численности подписчиков в социальных сетях это направление вполне сравнимо с лидерами офлайн-форматов в рунете. Второе направление, «Осознанное движения» Марии Гусевой, возникло раньше, но имеет несколько меньший медийный вес, поскольку анонсируется только на общих ресурсах Марии, которая также занимается рядом других практик.

Рассматриваемые направления в некоторой степени похожи, в том числе в том, что касается истории их образования. Необходимость в виртуальности во многом обусловлена образом жизни основательниц, которые поменяли место жительства, часто путешествуют, оторваны от постоянных групп, но практика аутентичного движения им близка и интересна. Не менее важная предпосылка состоит в том, что каждая развивает целый комплекс телесных практик, занимаясь этим продолжительное время и работая в интернете. Несмотря на то, что онлайн-группы практики соло являются достаточно новыми, они вполне вписаны в портфель других практик. Таким образом, стремление идти своим путем, иметь собственное видение и индивидуальные предпочтения, а также практиковать смешение разных направлений телесной работы во многом определяет специфику онлайн-форматов соло, которые предлагаются. В каждом из рассматриваемых направлениях используется свод письменных инструкций, аудиозаписей ведения процессов, возникает централизованная функция координации и онлайн-поддержки групп — в этом, наряду со смещением роли свидетельствования, состоит их существенное отличие от групп офлайн, где можно погружаться в практику практически сразу, где стихийно образуются для совместной практики группы равных. В соло-группах критически важным моментом является ведение, роль инструктора — Марии или Олеси, таким образом решается вопрос дополнительной поддержки.

Можно обнаружить и существенную разницу между этими направлениями. Так, в практике осознанного движения почти нет внешнего свидетельствования и peer-to-peer коммуникации между участниками, которые контактируют с инструктором; виртуальные группы носят скорее организационный характер. В практике аутентичного движения соло информацией о практике можно делиться в закрытых группах, есть также попытки свидетельствовать проговаривания движущимся собственным опытом, как в аудиорежиме, так и в виде текстов, рисунков, коллажей.

Процесс возникновения онлайн-групп соло только начинает разворачиваться. Практики традиционных форм аутентичного движения с интересом следят за тем, как это происходит, но далеко не все разделяют такой подход. Не все готовы признавать виртуальное соло аутентичным движением, считая его нарушением принципов аутентичного движения. Несмотря на экспериментальную и интегративную природу аутентичного движения, позволяющую практике развиваться в самых разных направлениях, в данном случае речь ведется о недостаточности поддержки, необходимой как для обеспечения безопасности, так и для долгосрочного формирования навыков. С другой стороны, новый формат пытается расширять аудиторию, делая саму практику более доступной и пересматривая принципы в сторону существенной демократизации, при этом все же пытаюсь обеспечить поддержку через инструменты личного ведения групп, приватности, и других.

Кейс: аутентичное движение соло

Направление аутентичного движения соло было выбрано для более пристального анализа по причине наличия большого количества информации. Но даже в этом случае, когда практика представлена на многочисленных ресурсах интернета, необходимо уточнить, что группы в социальных сетях закрыты, соответственно, материалы из них не приводятся с целью соблюдения этических норм. Источниками информации о практике стали открытые разделы форума, канал Instagram, а также интервью. На форуме в структурированном виде размещены материалы общего характера, тогда как в Instagram к этому добавляются материалы от лица практиков — выдержки из дневников, творчество, отзывы: фактически, Instagram — единственное место, где в сети можно увидеть открытую информацию о практике аутентичного движения соло от первого лица. На момент подготовки статьи каналу меньше года, за это время в нем накопилось 248 постов и достаточное количество материалов, которые можно анализировать.

Практика аутентичного движения соло представляется как «экспериментальный формат <...> аутентичного движения», «соло-формат с поддержкой виртуальной группы» [форум]. По словам ведущей, предложение наиболее актуально для тех, кто в силу тех или иных обстоятельств «физически не может присоединиться к офлайн-группам» [из переписки]. Начать практику можно самостоятельно, изучив предложенные материалы, можно также присоединиться к виртуальной группе и live-мероприятию, которое ведет Олеся, или же пройти один из регулярных «интенсивов». Пошаговая инструкция, размещенная на форуме, включает предварительное чтение вводных текстов «о практике, о внутреннем свидетеле и о наших правилах свидетельствования друг друга в группе», выбор места, «где вас никто не побеспокоит» и времени практики, настройку, после которой нужно будет закрыть глаза и «просто позволить телу двигаться так, как оно захочет», время перехода, после которого можно написать о своем опыте и поделиться им в группе, чтобы принять свидетельствование и поддержку группы. Обозначается важность регулярности практики, возможности делиться чувствами и задавать вопросы. Безопасности уделяется особое внимание, что отражается в комментариях относительно выбора места, непричинения вреда во время движения, правил группы, закрытого статуса группы и др. [форум]. Подразумевается, что, в отличие

обычных групп практики аутентичного движения, где присутствует поддержка со стороны ведущего и самой группы, онлайн-формат «независимый, взрослый, в контакте с реальностью» [из интервью].

Как и в случае использования интернета практиками офлайн-форм аутентичного движения, в случае соло можно наблюдать противоположные тенденции к закрытости и открытости информации. Группы практики остаются закрытыми, обеспечивая безопасность участников, в то время как фокус внимания в практике соло естественным образом замыкается на самом движущемся: на основании текстового анализа, это практика «я» (1376 упоминаний), следующим идет безличное «это» (361), потом «он» (298) и «она» (156), названные субъекты отстают существенным образом: «человек» (64), «ребенок» (40), «женщина» (35), «свидетель» (33), «мужчина» (25), «друг» (24). Но одновременно с этим небольшое «окно» в практику в виде публика Instagram говорит о важности персонализации «других» и открытости, которые необходимы для обеспечения доверия к практике даже на самом начальном этапе информирования о ней. Безусловно, Instagram диктует особый визуальный формат представления материалов, обуславливая наличие не только текстов, но еще и визуальных материалов в каждом посте: в основном это фотографии (140), коллажи (39), рисунки (31), а также прочие изображения (37); много природы (70), но видимы и лица практикующих, Олеси (40) и других (11). Из текстов на канале больше представлены дневники практики (132), включая анонимные (53) и подписанные именами участников (79). Встречающиеся на канале имена повторяются: это 22 человека, каждый из которых написал от 1 до 13 историй. Но сами посты практически не повторяются (всего три повтора). Про свою практику в формате дневников пишет ведущая (3). Небольшую выборку личных постов составляют отзывы на практику (21), среди которых всего два анонимных.

Таким образом, вместо виртуальных сообществ, которые могли представляться максимально обезличенными и оберегающими свою персональную информацию, здесь можно наблюдать живые лица и истории, которые анонимизированы менее чем в половине случаев. Именами участников подписано 90 постов, именем ведущей — 60, еще некоторое количество участников согласилось опубликовать свои материалы анонимно (54). Паблик представляет собой модерлируемый ресурс, но нельзя не отметить стремление ведущей группы, а также согласие ее участников делиться и открываться. Виртуальная группа не представляет собой обезличенного технологического другого, квазидругого. Напротив, для целей практики требуется максимум человеческого. Пусть это может проявляться не в телесном ощущении со-присутствия, а в готовности делиться глубоко личным опытом — историями, рисунками, фотографиями, коллажами. Индивидуализация виртуального пространства группы, наличие контакта, желательно длящегося, является важным условием, при котором такая практика становится возможной. Эту гипотезу косвенно подтверждает информация из интервью о тенденциях перехода живой коммуникации из многотысячной группы в маленькие группы интенсивов, где участники, пусть и виртуально, но тем не менее знают друг друга и имеют совместный опыт на протяжении определенного времени.

Участники практики сфокусированы на телесно-чувственном измерении, но в их опыте присутствуют также время, пространство, концепции. Через дневнико-

вые записи, несмотря на разнообразие материала, можно наблюдать некоторую степень интеграции, совмещение разных пластов, которые мы можем относить к разным «реальностям». Например, находясь у себя дома в процессе практики, слушая голос ведущей, можно также услышать виртуальный «дождь на заднем фоне» (из дневников практики в Instagram), и он вызовет эмоции, воспоминания, движения, о которых потом можно написать в группе или чате — и, может быть, услышать, как это отзывается в опыте другого человека. По-прежнему оставаясь в рамках условной технологической медиации и виртуальных связей, можно обнаружить осязаемость опыта, но как сопоставить этот опыт с тем, что может быть в актуальном совместном присутствии (и нужно ли это сопоставлять)?

Заключение

Возвращаясь к словам одного из практиков аутентичного движения о том, что «если чего-то нет в интернете, значит этого нет в природе», отметим, что интернет, очевидно, становится местом, которое трудно миновать даже нишевым телесно-ориентированным сообществам. Интернет — это не просто технологический фон, но пространство коммуникации, проницаемый интерфейс которого связывает практиков. Тем, кто не имеет представления о том, что такое аутентичное движение, интернет предоставляет своего рода виртуальный тур в практику на основании обширного нарратива, а также разного рода визуальных материалов. Таким образом, технологическая медиация представляет возможности расширения потенциальной аудитории практики и настройки публичности в каналах коммуникации; также она помогает получить опыт практики онлайн, недоступный офлайн в силу обстоятельств, времени и расстояния. При этом современный уровень технологического развития не может обеспечить качество совместного присутствия, сопоставимое с офлайн, что особенно ярко выражается в опыте свидетельствования как редуцирование телесно-чувственного опыта. Требуется усиленная персонализация ведущего и других участников даже в таких достаточно радикальных, digital-native форматах, как онлайн-группы практики соло, переход к которым местами вызывает скептицизм в сообществе практиков, пользующихся интернетом для популяризации, но не для практики. Можно наблюдать активный процесс со-развития технологий и практик, которыми наполняется виртуальное пространство, благодаря тем людям, кто его наполняет его своим непосредственным участием. Но не хотелось бы переоценивать технологии — по крайней мере пока чат-бот не сможет заменить человеческого свидетеля в практике аутентичного движения, а возможно, и наличие человеческой обратной связи в других практиках, где она была бы полезна.

Список литературы (References)

- Латур Б. Пересборка социального: введение в акторно-сетевую теорию. М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2014.
- Latour B. (2014) Reassembling the social. An Introduction to Actor-Network-Theory. Moscow: The Higher School of Economics Publishing House. (in Russ.)

- Соколова Е. (в печати) Телесное присутствие в геолокационных играх. Часть 2 // Социология власти. 2018.
- Sokolova E. (2018) Physical presence in geolocation games. Part 2. Sociology of Power. (In print) (in Russ.)
- Adler J. (2002) *Offering from the Conscious Body: The Discipline of Authentic Movement*. Rochester, Vt: Inner Traditions.
- Boellstorff T., Nardi B., Pearce C., Taylor T. L., Marcus G. E. (2012) *Ethnography and Virtual Worlds: A Handbook of Method*. Princeton: Princeton University Press.
- Borgerson J., Miller D. (2016) Scalable sociality and How the world changed social media: conversation with Daniel Miller. *Consumption Markets & Culture*. Vol. 19. No. 6. P. 520—533. <https://doi.org/10.1080/10253866.2015.1120980>.
- Chodorow J. (1991) *Dance Therapy and Depth Psychology: The Moving Imagination*. First Edition edition. London; New York: Routledge.
- Hamlin-Haims L., Sager P. (2002) The Red Thread. Moving and Witnessing From Long Distance. *A Moving Journal*. Vol. 9. No 1. P. 17—19.
- Ihde D. (1975) The Experience of Technology: Human-Machine Relations. *Philosophy and Social Criticism*. Vol. 2. No. 3. P. 267—279. <https://doi.org/10.1177/019145377500200304>.
- Ihde D. (1979) *Technics and praxis*. Pallas Paperbacks edition. Holland/Boston, Pallas Paperbacks/D. Reidel Publishing Company.
- Ihde D. (1998) *Expanding Hermeneutics: Visualism in Science*. Evanston: Northwestern University Press.
- Ihde D. (2001) *Bodies In Technology*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Ihde D. (2007) *Listening and Voice: Phenomenologies of Sound*. 2nd ed. New York: State University of New York.
- Ihde D. (2009) *Postphenomenology and Technoscience: The Peking University Lectures*. SUNY Press.
- Kosinski M., Stillwell D., Graepel T. (2013) Private traits and attributes are predictable from digital records of human behavior. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 110(15), 5802—5805. <https://doi.org/10.1073/pnas.1218772110>.
- Madianou M., Miller D. (2013) Polymedia: Towards a new theory of digital media in interpersonal communication. *International Journal of Cultural Studies*. Vol. 16. No. 2. P. 169—187. <https://doi.org/10.1177/1367877912452486>.
- Miller D., et al. (2016) *How the World Changed Social Media*. London: UCL Press.
- Nardi B. (2010) *My Life as a Night Elf Priest: An Anthropological Account of World of Warcraft*. Ann Arbor: University of Michigan Press.

Pink S., Horst H., Postill J., Hjorth L., Lewis T., Tacchi J. (2015) Digital Ethnography: Principles and Practice. 1 ed. Los Angeles: SAGE Publications Ltd.

Verbeek P.-P. (2005) What things do: Philosophical reflections on technology, agency, and design. Penn State Press.

Whitehouse M. S. (1999a) C. G. Jung and Dance Therapy. Two Major Principles. In: Authentic movement: Essays. Mary Starks Whitehouse, Janet Adler and Joan Chodorow. P. 58—62. London: Jessica Kingsley Publishers.

Whitehouse M. S. (1999b) Reflections on a Metamorphosis. In: Authentic movement: Essays. Mary Starks Whitehouse, Janet Adler and Joan Chodorow. P. 58—62. London: Jessica Kingsley Publishers.

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.09

Правильная ссылка на статью:

Бородулина А. С. «Поворот к мессенджерам»: кейс Сахалинской области // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 1. С. 156—172. DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.09.

For citation:

Borodulina A. S. Messenger turn: a Sakhalin oblast case study. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. 2018. № 1. P. 156—172. DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.09.



А. С. Бородулина
«ПОВОРОТ К МЕССЕНДЖЕРАМ»: КЕЙС САХАЛИНСКОЙ ОБЛАСТИ

«ПОВОРОТ К МЕССЕНДЖЕРАМ»: КЕЙС
САХАЛИНСКОЙ ОБЛАСТИ

БОРОДУЛИНА Алевтина Сергеевна — социальный антрополог, Ph.D, исследователь в Клубе любителей интернета и общества, Москва, Россия
E-MAIL: alevtine.bor@gmail.com
ORCID: 0000-0001-5349-2940

MESSENGER TURN: A SAKHALIN
OBLAST CASE STUDY

Alevtina S. BORODULINA¹ — Social Anthropologist, Ph. D. Researcher
E-MAIL: alevtine.bor@gmail.com
ORCID: 0000-0001-5349-2940

¹ Club for Internet and Society, Moscow, Russia

Аннотация. В статье описывается специфика социальных практик и пользовательского поведения в мессенджере WhatsApp, сложившихся в Сахалинской области. Автор предполагает, что исследуемый кейс репрезентирует новый для Дальнего Востока феномен, который предлагает обозначать как «поворот к мессенджерам» (messenger turn). Появление мессенджеров способствовало преодолению «цифрового неравенства», а коммуникация в мес-

Abstract. The article describes social practices and behavior of WhatsApp messenger users living in the Sakhalin region. The author assumes that this case study should be referred to it as a «messenger turn», a new phenomenon for the Russian Far East. The rise of messengers helped to overcome a ‘digital divide’, and communication via messengers has become an integral part of media consumption and local interactions that resulted in region-specific user

сенджерах стала важным средством медиапотребления и локальной кооперации, породив специфические для региона пользовательские практики. Работа на о. Итуруп в военных городках Горячие Ключи и Горное показала, что мессенджеры играют большую роль в практиках жизнеобеспечения в условиях территориальной изоляции и товарного дефицита. Автор также предполагает, что в военных городках общение в мессенджерах приобретает специфическое значение ввиду почти полного отсутствия публичных пространств. Такой характер использования именно мессенджеров обусловлен сочетанием технических особенностей мессенджер-клиентов и условий связи в регионе. В академической литературе эта тема еще не получила достаточного освещения, но некоторые публицистические статьи и другие открытые источники дают основания полагать, что подобные паттерны в отношении мессенджеров можно наблюдать в других регионах Сибири и Дальнего Востока со схожей инфраструктурой связи, как, например, Якутия и Камчатка.

Ключевые слова: мобильный интернет, мессенджеры, мессенджерский поворот, цифровое неравенство, интернет в регионах России

Благодарность. Полевое исследование на о. Итуруп совершено за счет средств гранта РНФ ««Ресурсное проклятие» на циркумполярных территориях: российский и международный опыт анализа и проживания аборигенных этнических групп» от 02.06.2016 № 15-18-00112.

practices. The work on the Iturup island in 'Goryachie Klyuchi' and 'Gornoe' garrison towns shows that messengers plays an important role replacing certain activities for people living in isolation with deficit in goods. The author also assumes that communicating via messengers is even more important for garrison town inhabitants as they lack public spaces. This pattern of messenger use is due to technical features of the messenger clients and communication conditions in the region. The topic is not sufficiently studied in the scientific literature but certain articles and other open sources give reason to believe that these messenger-related patterns can be typical of other regions of Siberia and Far East with similar communication infrastructure such as Yakutiya and Kamchatka.

Keywords: mobile internet, messengers, messenger turn, digital divide, Internet in Russian regions

Acknowledgment. The Iturup island field study was funded by the Russian Science Foundation (grant «The resource curse in the circumpolar areas: Russian and international experience in the field of analysis and indigenous ethnic groups' living», 02.06.2016, no. 15-18-00112).

Сахалинская область и Курильские острова относятся к регионам, которые нуждаются в преодолении «цифрового неравенства»¹: на Дальнем Востоке в целом самая высокая в России стоимость фиксированного доступа к интернету и мобильного интернета²; на Курильских островах оптоволоконно должно появиться только в 2018 г., но, скорее всего, это произойдет еще позже³. Острова относятся к классическим регионам «ресурсного проклятия»⁴: богатые месторождениями нефти, газа, золота и редкоземельных металлов, а также ценными промысловыми ресурсами (красной рыбой и осетровыми в своих водах), они демонстрируют парадоксальные (и полностью укладывающиеся в теорию «ресурсного проклятия») примеры недостатка инфраструктурного развития, в том числе и инфраструктуры цифровой связи⁵. Сочетание этих факторов порождает специфические местные практики, в частности, использования мессенджера WhatsApp, которое я предлагаю обозначать как «поворот к мессенджерам»; суть этого явления попытаюсь описать в данной статье.

Статья написана на базе полевых материалов автора, собранных в ходе этнографической работы в Сахалинской области в течение нескольких месяцев в 2015 г. на о. Сахалин среди различных этнических групп острова (нивхи, уильта, русские в гг. Южно-Сахалинск, Оха, Ноглики, пос. Некрасовка) и в 2016 г. на о. Итуруп в военных городках Горячие ключи и Горное. Исследовательские задачи не касались напрямую интернет-проблематики, но наблюдаемые интернет-практики показались любопытными и в некоторых случаях (например, в вопросах жизнеобеспечения в изолированных локациях) оказались чрезвычайно важными. Как это часто бывает в антропологии, поле само подсказывает тему: уже постфактум, анализируя экономику закрытых сообществ на Курилах, а также повседневные практики информантов, я обратила внимание на популярность чатов в мессенджерах и их использование в решении повседневных задач⁶. Выяснилось, что эта тема

¹ О том, как эту проблему видят акторы от государства, см.: Универсальные услуги связи и проект устранения цифрового неравенства [Электронный ресурс] // Ростелеком. URL: <https://www.rostelecom.ru/projects/uus> (дата обращения: 10.02.2018).

² Развитие интернета в регионах России [Электронный ресурс] // Яндекс. 2016. URL: https://yandex.ru/company/researches/2016/ya_internet_regions_2016 (дата обращения: 10.02.2018). См также: Веревкина В. Почему интернет для островов? [Электронный ресурс] // Информационно-аналитическое агентство «Восток России». 2016, 11 октября. URL: www.eastrussia.ru/material/pochem-internet-dlya-ostrovov/ (дата обращения: 10.02.2018).

³ Начало строительства все еще задерживается. См.: Строительство оптоволоконка на Курилы еще не вышло из предпроектной стадии [Электронный ресурс] // Информационное агентство sakh.com. 2017 г., 28 февраля. URL: <https://sakhalin.info/news/128620> (дата обращения: 10.02.2018).

⁴ Изначально полевая работа на Сахалине и Курилах велась в рамках разработки темы «ресурсного проклятия» на циркулярных территориях; если классическая теория «ресурсного проклятия» усматривает корреляцию между слабым развитием экономики и демократических институтов в богатых ресурсами государствах, то в социальной и культурной антропологии акцент сместился на изучение сообществ в ресурсодобывающих регионах, характеризующихся слабым развитием инфраструктуры и борьбой этнических и социальных групп за ресурсы [Функ, 2016].

⁵ В качестве примеров: север и юг острова (столица Южно-Сахалинск и крупный нефтедобывающий город Оха) не связаны ни асфальтированной, ни железной дорогой; соседний с газоперерабатывающим заводом СПГ город Корсаков использует угольное отопление.

⁶ Как пишет в обосновании методологии масштабного кросс-культурного исследования «Why We Post» интернет-исследователь Дэвид Миллер, именно смена темы в процессе наблюдения является залогом добросовестности антрополога. В его исследовании семь из девяти антропологов были вынуждены переформулировать изначальную гипотезу или сместить акцент на изучение новой темы, важность которой они обнаружили уже в поле. Миллер называет эти «ошибки» залогом успеха исследования и «лучшим доказательством того, что в том, что мы делаем, есть научность и внутренняя согласованность» [Miller et al., 2016].

еще не получила описания в академической литературе, а публикации в медиа представляют «прорыв в Ватсапп» как характерный для многих регионов Дальнего Востока⁷. Я выдвинула гипотезу, что существует определенный паттерн мессенджер-практик, специфический для ряда регионов России, и сначала обозначила его как «мессенджеровую революцию» [Бородулина, 2017], а после обсуждения с коллегами перешла к более мягкому варианту названия. Поэтому текст этой статьи будет иметь «обратную» по отношению к большинству социологических работ структуру: от серии полевых наблюдений к попытке обозначить границы феномена, существование которого я предполагаю. Очевидно, что описанных в статье примеров использования мессенджеров недостаточно для широких экстраполяций; но моя цель на данный момент состоит не в том, чтобы высказать конечное утверждение, а, напротив, сформулировать широкую гипотезу, которая может быть дополнена, скорректирована или опровергнута дальнейшими исследованиями интернета в удаленных регионах России.

Рассмотрение кейсов в военных городках на Итурупе оказалось интересным в силу их экстремальности: крайне слабое развитие инфраструктуры связи, маргинальное положение в легальном поле и экономическая и территориальная изолированность делают кооперацию через мессенджеры особенно важным инструментом жизнеобеспечения и стимулируют развитие специфических практик. Они были сопоставлены с наблюдениями на Сахалине, в частности в Южно-Сахалинске (серия экспедиций 2014—2016 гг.). Собранные в поле материалы дополнены с помощью приемов виртуальной этнографии: наблюдением пользовательской активности групп в WhatsApp⁸ и анализом материалов локальных форумов (преимущественно важнейших для Сахалина и Итурупа локальных форумов sakh.com и yukurilsk.ru)⁹ по релевантным темам.

Для интернет-исследователей ситуация в мессенджерах сейчас особенно актуальна для изучения¹⁰: переход аудитории из социальных сетей в мессенджеры, стирание границ между офлайном и онлайн — это авангард современных процессов в сетевой коммуникации и интернет-практиках. На смену эпохе больших платформ — форумов, блогов и социальных сетей — приходит общение в мессенджерах, которые изначально задумывались как замена смс или средство общения

⁷ В публицистике подобные практики были описаны на примере Якутска, Хабаровска, Камчатки и Магадана. См.: Черникова Н. Как Якутия совершила прорыв в WhatsApp [Электронный ресурс] // Секрет Фирмы. 2015, 21 апр. URL: http://secretmag.ru/articles/2015/04/21/whatsapp_yakutsk (дата обращения: 10.02.2018); Уродов А. Доброе утро, чат. Как мессенджеры на Дальнем Востоке заменили людям социальные сети, газеты и институты местного самоуправления [Электронный ресурс] // ТАСС Дальний Восток. 2016, 6 июня. URL: <https://dv.land/territory/dobroe-utro-chat> (дата обращения: 10.02.2018); Жители Якутска выкупили замерзшую хурму у застрявшего дальнбодыщика» [Электронный ресурс] // Лента.Ру. 2016, 10 февраля. URL: <https://lenta.ru/news/2016/02/10/hurma> (дата обращения: 10.02.2018).

⁸ «SEXзнакомстваСахалин»; «Лясим-Трясим» («Поговорим»), «Ссылки Сахалин_65», «ДПС ДТП Сахалин», «Бюро на-ходок / нужна помощь», «Услуги Сахалин», «Грузовики — взаимопомощь». Как упомянуто выше, мое исследование на Сахалине не было связано именно с интернет-проблематикой; я наблюдала группы, куда меня добавили мои информанты.

⁹ Во время включенного наблюдения на Сахалине именно к форуму sakh.com информанты обращали меня и других членов экспедиции (2015, 2016) для решения повседневных задач, форум выступал как ключевой открытый информационный ресурс, у которого нет явных конкурентов.

¹⁰ См. [Колозариди, Ильин, 2016]. Мессенджеры показывают впечатляющие темпы роста аудитории и трансформируют целые индустрии от рекламы до индийского кино [Meeker, 2015; Meeke, 2017]; ежедневная аудитория WhatsApp превысила в 2017 г. 1 млрд пользователей.

в микрогруппах; пользователи же постепенно превращают их в социальные сети нового типа. Эта трансформация социальных медиа происходит на наших глазах, и ни исследователи, ни создатели мессенджер-клиентов пока не могут с уверенностью сказать, чем она закончится. В данном контексте «поворот к мессенджерам», который сейчас представляется уникальным случаем в мировой практике¹¹, может предвосхитить глобальный тренд или продемонстрировать один из возможных вариантов развития использования технологии.

Сахалин: сети групп

До прихода мессенджеров доступ в интернет на Сахалине и менее развитых в инфраструктурном отношении Курильских островах был крайне затруднительным.

- До 2017 г. скорость мобильного интернета для абонентов МТС в регионе была ограничена до 128 Кбит/с¹².
- Оптоволокно появилось на Сахалине в 2007 г., и стоимость связи упала с 3500 до 1400 руб. за 0,1 Мбит/с. В 2015 г. проложили дополнительный кабель, средняя цена подключения в месяц — 1000 руб.¹³
- Прокладка оптоволокна на Курильские острова снова откладывается (была запланирована к 2018 г.). Мобильная связь нестабильна — в городке Горячие ключи МТС ловит только в одном месте на возвышенности, куда местные жители специально ходят звонить; в «столице» острова Курильске связь есть, но выход в сеть затруднен¹⁴.
- К 2017 г. в 11 населенных пунктах Сахалинской области есть только голосовая телефония, а в 33 из средств связи имеется только таксофон¹⁵.

Появление мессенджеров с их минимальным потреблением трафика — существенно меньшим, чем у приложений популярных соцсетей и тем более меньшим, чем у большинства сайтов, произвело революцию в характере пользования интернетом¹⁶. Даже новости потребляются через мессенджеры: в транслокальных чатах, с учетом особенностей связи на Курильских островах, практикуется публикация полного текста новости вместо перехода на внешний ресурс (см. рис. 1). При этом само общение в мессенджерах приобрело специфический характер.

¹¹ Д. Миллер, неформальное высказывание на конференции «Интернет по ту сторону цифр», май 2017 г.

¹² МТС отменил ограничение скорости до 128 Кбит/с на Дальнем Востоке [Электронный ресурс] // Content-Review. 9 апреля 2017. URL: <http://www.content-review.com/articles/39654> (дата обращения: 10.02.2018).

¹³ Yota на Сахалине: как связь приходит на остров [Электронный ресурс] // Блог компании Yota на ресурсе Хабрахабр. URL: <https://habrahabr.ru/company/yota/blog/306130/> (дата обращения: 10.02.2018).

¹⁴ Веревкина В. Почему интернет для островов? [Электронный ресурс] // Информационно-аналитическое агентство «Восток России». 2016, 11 октября. URL: www.eastrussia.ru/material/pochem-internet-dlya-ostrovov/ (дата обращения: 10.02.2018); также полевые материалы автора 2017; интервью в городах Горячие Ключи и Горное.

¹⁵ Жители 40 населенных пунктов Сахалинской области до сих пор остаются без широкополосного доступа в Интернет [Электронный ресурс] // СахалинИнфо. 2017, 4 мая. URL: <https://sakhalin.info/news/131933> (дата обращения: 10.02.2018). Важно отметить, что официальные показатели могут часто не отражать реальной картины; пользовательские оценки качества интернета на форумах и платформах для отзывов показывают, что часто качество связи было существенно ниже заявленного и вызывало яркие негативные эмоции (см. [Бородулина, 2017]).

¹⁶ Судя по дизайну большинства местных сайтов, который иллюстрирует уже приводившийся в пример sakh.com, а также учитывая цены на интернет-трафик в стационарном и мобильном интернете и ограничения по скорости, до начала массового использования мессенджеров выход в интернет был сильно ограничен. В интервью информанты с Сахалина продолжали характеризовать местный интернет как «медленный», «плохой», а жители Курильских островов — и как вовсе «отсутствующий»; распространение практики использования мессенджеров они относят к 2015 г.

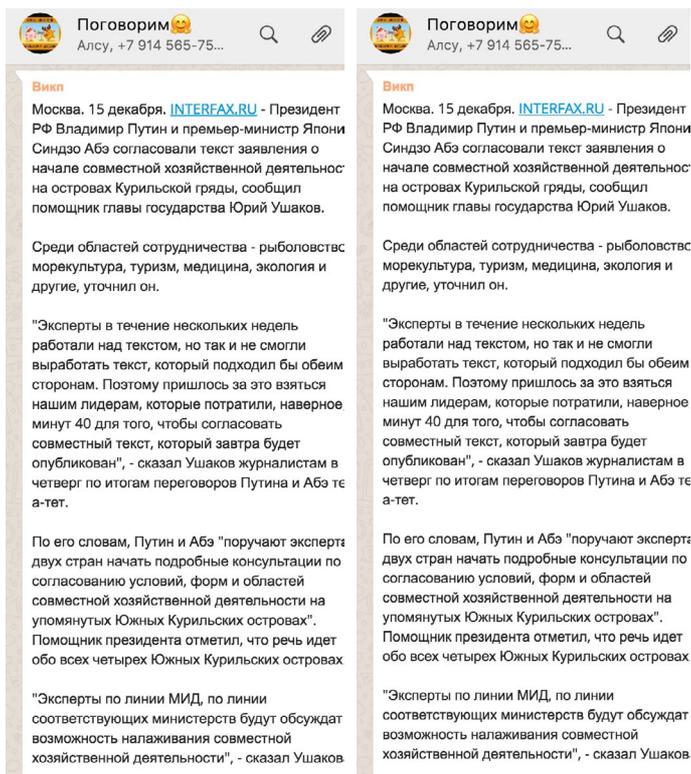


Рисунок 1. Чат как источник новостей на примере группы «Поговорим». Среди участников группы есть люди, проживающие на Курилах, в Южно-Сахалинске и на материке. Девушка из Южно-Сахалинска копирует текст новости полностью в переписку.

Группы в мессенджерах стандартно описываются как более интимные, чем в соцсетях, как правило, небольшие по численности, где участники связаны личным знакомством: «Эти сервисы [«BlackBerry Messenger» и WhatsApp] взяли личную переписку и подняли ее на новый уровень, включив различные групповые функции... Их стали использовать для того, чтобы формировать меньшие и более приватные группы, чем «QQ» или «Facebook», часто числом 20 человек и менее... Они особенно важны потому, что для молодых людей такая текстовая коммуникация во многом заменила голосовое общение по телефону» [Miller et al., 2016]. В Сахалинской области складывается совершенно иная картина: чат-группы здесь не только частный, но и публичный феномен, который выступает как инструмент локальной коммуникации в пределах островов и реализации культурной привязки в духе транслокальных сообществ А. Аппадурай [Appadurai, 1995]. Группы разнообразны как по функционалу (группы — дорожные рации, коммерческие, бартерные, взаимопомощи, дэйтинг), так и по составу: они преимущественно массовые, от 30 до 150 человек в каждой, иногда только некоторые знакомы друг с другом офлайн. Существуют метагруппы, в которых размещаются только ссылки на другие чаты и приглашения администраторов вступить в созданные ими группы.

При этом есть и более приватные¹⁷, но все еще довольно многочисленные группы, в которых происходит повседневное общение. Здесь объединяется большой круг людей, и только некоторые из них знакомы друг с другом лично; приглашение в такую группу становится элементом общего ритуала знакомства и вхождения «в компанию». В среднем мои информанты, молодые люди 25—30 лет, были подписаны на 5—10 групповых чатов (преимущественно для общения), где вели регулярную переписку. Чаты связывали людей локально (например, меня по прибытии на остров сразу же зарегистрировали в группе «SEXзнакомстваСахалин», которая, несмотря на свое вызывающее название, оказалась местом для общения молодых людей в Южно-Сахалинске; на момент моей регистрации в группе было 62 человека) и транслокально (чат «Лясим-Трясим» был создан для более узкой группы (34 человека) лично знакомых молодых людей, связанных с Сахалином, но теперь живущих в разных городах России)¹⁸. Наблюдаемые интернет-практики в мессенджерах имели сходные черты с известными нам практиками общения на локальных форумах и в местных группах в соцсетях, но отличие состояло в том, что, во-первых, для мессенджеров нет уже явной грани между онлайн и офлайн¹⁹, а во-вторых, здесь всегда действуют механизмы включения и исключения — чтобы стать членом такой группы, необходимо получить приглашение от действующего члена группы²⁰ и быть одобренным администратором²¹, по его же решению можно быть исключенным — часто без предупреждения и объяснения причины (в таких группах, в отличие от форумов и групп в соцсетях, нет где-либо зафиксированного устава или правил, последние иногда озвучиваются в виде требования самого администратора группы)²². Таким образом, вхождение в группу в мессенджере по некоторым аспектам напоминало включение в закрытое сообщество. Группы в мессенджерах оказались связаны друг с другом через его членов, которые часто состоят в группах со схожим функционалом (информант, член группы «ДПС ДТП Сахалин», был также подписан на «AnticopSakhalin group», которая была посвящена только Югу Сахалина, и делился информацией между ними); такие связи становятся актуальны в моменты, когда какая-нибудь новость маркируется как «максимальный репост» или «раскидайте по группам». По всей видимости, так группы образуют сети, структура которых не очевидна для стороннего наблюдателя.

Как включенное наблюдение, так и последующее наблюдение пользовательской активности показывало, что общение в чатах для моих информантов было значимой

¹⁷ В отличие от чатов для локальных и профессиональных групп, в таких «дружеских» чатах распространено неформальное общение, с большой долей селфи, адресных аудиосообщений.

¹⁸ Карасева А. Транслокальный Магадан: «виртуальное соседство» в ВК-паблике «MGDN Магадан» // Вторая международная конференция «Интернет по ту сторону цифр».

¹⁹ В отличие от форумов, где организация встречи офлайн была специальным событием.

²⁰ Иногда это устное приглашение в офлайне — для того, чтобы подать запрос на включение в группу, нужно узнать о ее существовании, а это часто происходит в реальном личном общении.

²¹ Права администратора в таких группах могут не быть исключительными, как это обычно бывает на форумах и в группах в соцсетях. Так, в группе «Поболтаем», которая была создана с моим отъездом с островов и которая включила еще восемь друживших между собой девушек, все участники были администраторами группы.

²² Исключают чаще всего из-за нарушения сложившихся в чате правил общения (проявление агрессии в адрес участника, троллинг, спам и неуместная реклама); существуют «черные списки» спамеров и нарушителей, которые администраторы сообществ передают друг другу. Каким образом пополняются эти списки, я все еще выясняю методами цифровой этнографии, став администратором одного из местных чатов.

частью повседневности, которое продолжалось в течение дня (утренние приветствия, селфи с кружкой кофе, коллективные обсуждения недосыпа, выбора одежды и т.д., обмен развлекательным контентом в течение рабочего дня) и часто заменяло обращение в сеть за информацией или поиском наилучшего решения (маршрута, выбора одежды по погоде, места, где провести вечер). Многие информанты были подписаны на группы со специальной тематикой, например, интересной водителям, рыбакам, охотникам; были группы для определенного набора продуктов, характерного для местной экономики (икры, рыбы, группы закупок из Кореи) и локальных групп объявлений. Участие в локальной группе необязательно коррелировало с принадлежностью к местности или профессиональной занятости; информанты из Южно-Сахалинска были также подписаны на другие группы Юга Сахалина, иногда и на группы Курил; в локальной группе «Ссылки Сахалин_65» состояли участники из Якутска и Магадана, которые преследовали коммерческие цели. Вхождение в такую группу могло быть частью личной истории (Т.М., интервью 2016, Ноглики; А.Д., интервью 2016, Ноглики; А.О., интервью 2016, Оха; И.Н. интервью 2016, Некрасовка), отражать опыт работы на вахте, дружеские связи или профессиональный интерес.

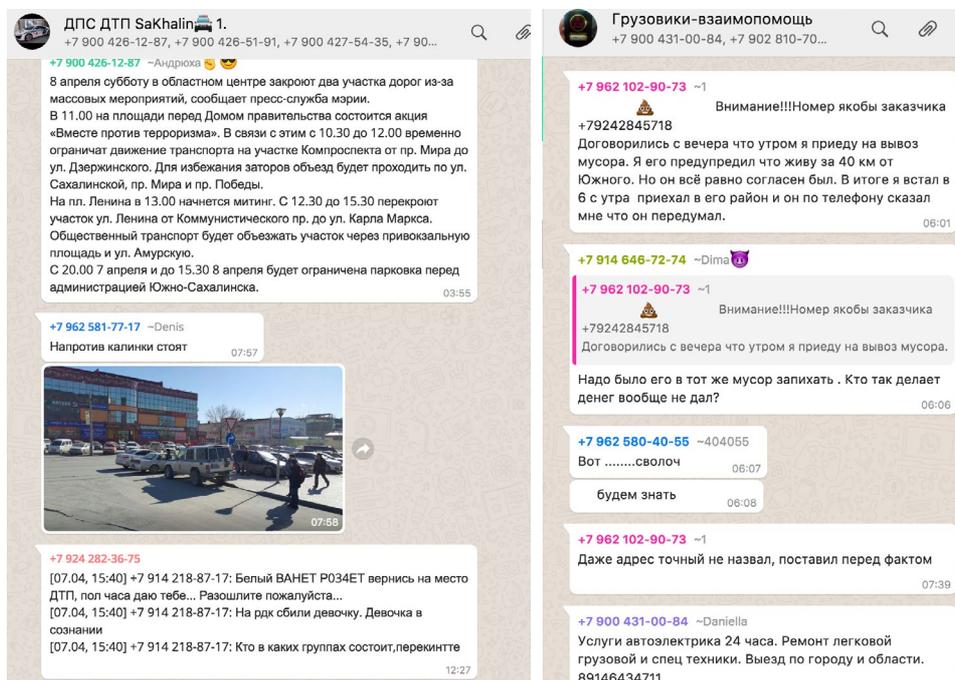
На рис. 2 видно, как группа «ДПС ДТП Сахалин» используется в качестве канала коммуникации между местными городскими администрациями и транслокальным относительно них водительским сообществом (в тело чата препечатан текст сообщения администрации о перекрытии двух участков дорог в городе в связи с мероприятиями), при этом администрация скорее выступает как источник информации, которую необходимо принять к сведению, чем как полноправный участник диалога. Пользователи сами оценивают важность информационной единицы и добровольно участвуют или не участвуют в ее распространении, работая вместе как информационный фильтр. На примере последнего сообщения первого снимка (призыв разобраться с виновником аварии и распространить информацию о жертве и виновнике) и на втором снимке (распространение информации о недобросовестном заказчике среди его потенциальных клиентов) видно, что такие сообщества могут выступать как социальные регуляторы в отношениях без привлечения представителей формальных институтов.

До прихода мессенджеров источником информации о местных событиях, местом обсуждения по интересам было пространство местного форума sakh.com. Это крайне популярный²³ общесахалинский форум с новостным порталом, где публикуются и обсуждаются местные новости, вопросы переезда и вахтовой работы на Сахалине и т.п., при этом есть разделы для общих тем вроде культуры, психологии и развлечений. Его минималистичный дизайн, обновленный только в 2016 г., позволял без потери в скорости и объеме трафика удовлетворять многие бытовые и социальные потребности, объединять усилия в рамках местных задач²⁴, но теперь информанты отмечают, что если необходимо решить задачу с большим числом участников, они скорее создадут чат в мессенджере из числа

²³ С суточной аудиторией более 150 тыс. человек, по данным Яндекс.Метрики.

²⁴ Кейс с просьбой скооперироваться для помощи заключенным я затрагивала в своей предыдущей статье по этой теме [Бородулина, 2017]; он демонстрировал, как в ответ на призыв объединиться всем «заинтересованным», вместо позитивного ответа топикистартер столкнулся с эксплицитным осуждением и элементами травли. В группах, где все участники были бы изначально приобщены к проблеме заключенных, такие спорные с точки зрения общественного консенсуса проблемы могли бы обсуждаться более свободно.

своих личных контактов, чем будут писать на форуме²⁵ (В.Б., Южно-Сахалинск; В.М., Итуруп, Горное). Наблюдение пользовательского поведения в местных группах показывает готовность откликаться и демонстрировать участие, что, вероятно, согласуется с концепцией эволюции доверия при увеличении числа случаев повторяющегося взаимодействия; более того, закрытое сообщество чата предполагает наличие узкой целевой группы, заинтересованной во взаимодействии²⁶.



Рисунки 2,3. скриншоты из водительских сообществ Сахалина.

Первая организована по принципу локальности, вторая — по профессиональному. В обоих случаях взаимопомощь, взаимное информирование, в том числе и оперативное, путем «массового репоста» составляют основную ценность общения.

Антропологические наблюдения²⁷ показали, что на форуме уже появились принятые обществом механизмы социального регулирования в зонах «коммунальной собственности», которая обычно, напротив, нуждается в нормативном урегулировании [Утехин, 2001]. В качестве примера приведу описание кейса в Бухте Тихая, популярном участке дикой природы недалеко от Южно-Сахалинска:

²⁵ Это стало удобным способом аккумулировать личные ресурсы и распределять их; для разовых задач группы создаются, потом распускаются; внутри группы ответственный, аккумулировав ресурсы, осуществляет «проектный менеджмент».

²⁶ Имеется в виду известная концепция «эволюции доверия», классическая для теории игр, в рамках которой утверждается, что именно рост числа взаимодействий между игроками делает игру на доверие более выгодной, чем эгоистические стратегии [Axelrod, Hamilton, 1981].

²⁷ По моему убеждению, методы цифровой этнографии необходимо дополнять классическим включенным наблюдением во избежание искажений исследуемой картины, тем более что стирание границы между онлайн и офлайн уже стало общим местом в положениях интернет-исследователей.

*«Утром, как мы проснулись, их [рыбаков, которые стояли в соседних палатках. — Авт.] уже не было на берегу, но место после себя они оставили грязным: в кострище и вокруг много мусора. Накануне я как раз удивлялась тому, что место очень популярное среди походников: пик Смелый — живописный и довольно простой маршрут для восхождения, чуть дальше более сложный, но не менее знаменитый пик Жданко и цепочки водопадов, а Бухта, закрытая от ветра, — удобное место для ночевки; и тем не менее здесь совершенно чисто. Ситуация с рыбаками прояснила, как здесь удается поддерживать чистоту в отсутствие организованного вывоза мусора, а именно, с помощью неформального социального контроля: «Я их знаю, сказал А., — все нормально. Сейчас сфотографируем и я выложу это на форум, подпишу, что они оставили, ***». И он сфотографировал, и только после этого мы собрали весь мусор в мешки с тем чтобы вывезти его к городу в контейнеры» (Полевой дневник автора, август, 2015, Южно-Сахалинск).*

Этот случай похож на распространение информации о недобросовестном клиенте из чата «Грузовики — взаимопомощь», когда механизм публичности, накладываясь на локальный консенсус относительно норм поведения, позволяет поддерживать порядок и подвергать санкциям нарушителей.

Участие в чатах позволяет местным жителям компенсировать дефицит островной экономики (через группы коллективных закупок, которые были бы экономически нецелесообразны без массовости), поддерживать порядок в зонах общественного пользования и на дорогах без привлечения официальных институтов или даже против них (так, название исследуемой группы уравнивает «ДПС» и «ДТП» как принадлежащие к классу угроз и помех, против которых нужно объединяться; водители информируют друг друга об авариях, о решении администрации перекрыть участок дороги и о происшествии как о вещах одного порядка и не призывают вызывать наряд на место аварии, но призывают водителей самим вычислить его на трассе). Функции общения в мессенджерах, таким образом, выходят далеко за рамки поддержания контакта пользователя со своим окружением и образуют поле сетевых взаимодействий, которое становится источником информации, помощи, способом решения повседневных задач и одним из основных способов существования в интернете.

Курилы: прорыв в WhatsApp

В кейсе бывшего военного городка Горное на острове Итуруп мы увидим характерный для Сахалинской области «поворот к мессенджерам» в экстремальном проявлении: выйдя из-под юрисдикции Министерства обороны и не став в полной мере административной единицей, и территориально, и инфраструктурно поселение оказалось изолированным, а общественные институты — неработающими, правовые нормы — конфликтующими между собой²⁸. Набор жизненных стратегий у жителей был изначально невелик: приграничные военные городки, а в нашем

²⁸ См. [Бородулина, 2017]. Маргинальное положение Горного заключается в том, что после землетрясения 1994 г. город не был отстроен Министерством обороны и не был передан в ведение районной администрации. Министерство подталкивало жителей к тому, чтобы они самостоятельно покинули город; в 2004 и в 2011 гг. были взорваны школа, офицерский клуб, пустующие жилые дома. Конфликт правовых норм заключается, в частности, в том, что земля и все постройки формально принадлежат Министерству обороны, и только оно имеет право строить на этой территории. Из-за этого детский сад пришлось разместить в полуразрушенном жилом доме, который считается небезопасным помещением для детей и т.д. См. Климов О. Город-призрак на Курилах Жизнь военного городка на острове Итуруп [Электронный ресурс] // Meduza. 2016, 19 января. URL: <https://meduza.io/galleries/2016/01/19/gorod-prizrak-na-kurilah> (дата обращения: 10.02.2018).

случае еще и находящиеся на территориях Крайнего Севера и приравненных к ним²⁹, могли возникнуть только как продукт советского модернизационного проекта и находились в полной зависимости от специфической системы «снабжения»³⁰. Эта система предполагала наличие единственной стратегии жизнеобеспечения: обеспечение в обмен на лояльность. Население закрытого военного городка выстраивало свои взаимоотношения исключительно с государством в лице Министерства обороны и было оторвано от локальной экономики: так, продукты, одежду, медикаменты и все необходимое в Горное поставляли через близлежащий аэродром «Буревестник»; до административного центра и соседнего военного городка не было даже автомобильной дороги³¹. Если такая стратегия больше не работает (в нашем случае аэропорт перенесли в столицу, Министерство отказалось от содержания городка, ремонта зданий после землетрясения, не реализовало строительство дороги в соответствии с выделенным бюджетом и т. д.), то встроиться в местную экономику оказывается практически невозможно (при том что последняя, как это часто бывает в регионах ресурсного проклятия, страдает от сильных дисбалансов и монополизации ресурсов).

Возможность выхода в интернет в ситуации таких ресурсных ограничений оказывается критически важной. При наличии только спутникового интернета именно появление мессенджер-клиентов, на фоне доступности смартфонов³², сделало использование интернета массовым и связало физически изолированные локации.

Благодаря технологии мессенджер-клиентов эра мобильного интернета наступила на островах раньше, чем в полной мере успел развиваться десктопный интернет. До сих пор там существуют практики «скачивания интернета» — видеоматериалов и музыки:

«Это как загружать интернет — когда кто-то из наших уезжает на материк, в отпуск или на учебу, то берет с собой хард и записывает фильмы новые и сериалы — а потом, когда возвращаешься, этот диск идет по всем товарищам. Так мы всем городком «Как я встретил вашу маму» смотрели» (А.М., Горное).

«Мы не просто территориально изолированы. Мы почти отрезаны от глобальной сети. То, что является нормой для современного молодого человека — посмотреть новости, послушать музыку — этого здесь почти нет. Когда я поехал учиться в Питер, я почувствовал разницу» (И.Л., Горное).

«Когда я пожил в Казани, я почувствовал, какая огромная разница [с Горным]. Во-первых, это расстояния. Я жил за городом, но в любой момент за 20 минут я мог оказаться в центре; а у нас вахтовка раз в три дня. А второе, это интернет. Ну, его у нас считать нет. Можно видео смотреть, красивые сайты, читать хотя бы сколько хочешь. У нас там опять ограничения по трафику, контакт грузится вечность... Да, тут

²⁹ Постановление Правительства РФ № 170 от 03.03.2012 г.

³⁰ О системе научных, ядерных и военных городков в Советском Союзе см. [Bohn, 2006; Rowland, 1996; Kutepova, Tserilova, 2007].

³¹ Сейчас в город жители ездят по отливу по берегу океана, что небезопасно и не всегда возможно.

³² В 2014—2015 гг. дальневосточный рынок был самым быстрорастущим рынком смартфонов: Ардалянова Е. Дальний Восток является самым быстрорастущим регионом по проникновению смартфонов [Электронный ресурс] // Дальневосточный капитал. 2014, 18 декабря. URL: http://dvkapital.ru/branch/dfo_18.12.2014_6607_dalnij-vostok-javljaetsja-samyj-bystrorastuschim-regionom-po-proniknoveniju-smartfonov.html (дата обращения: 10.02.2018).

люди часами в интернете сидят, а у нас что... общаются [в мессенджере], правильно (смеется)» (В.М., Горное).

Чаты также стали инструментом преодоления экономического дисбаланса: женщины на острове кооперируются, чтобы оформлять общие заказы косметики, детского питания и кисломолочных продуктов, которые не завозят «частники», а также одежды, для того чтобы удешевить доставку (интервью А.Б., Горячие Ключи; Ю.М., Горное; В. Б. Горячие Ключи/Южно-Сахалинск, А. П. Горное). Чаты становятся субститутами местных рынков, где можно купить свежую рыбу, выпечку, ягоды и грибы; досок объявлений, где продаются и обмениваются вещи; семьи военнослужащих продают паек (как правило, сразу собранный за год или полгода), чтобы взамен купить себе те продукты, которые им нужны; здесь же сообщают друг другу о том, что что-то редкое привезли в местный магазин — важная информация в экономике дефицита (интервью А.Б., Горячие Ключи; Ю.М., Горное; В. Б. Южно-Сахалинск, Ю. Ю. Горное/Москва).

Более того, чаты превращаются в виртуальное городское публичное пространство. Описываемые нами военные городки отличаются от других известных современных городов почти полным отсутствием «третьих мест»³³, а их естественное появление жестко подавляется со стороны Министерства обороны, которое присваивает себе монополию на производство городского пространства (офицерский клуб и кафе были закрыты как «самострой»). С трудом можно считать «третьим местом» магазины — в военных городках это просто переделанные под ларек комнаты квартир на первом этаже или грузовые контейнеры; им скорее будет детская площадка перед «детским садом»³⁴, на которой, за неимением иного благоустроенного пространства, гуляют и школьники, и мамы с совсем маленькими детьми. Иногда метель³⁵ или тайфун запирают жителей в их квартирах на несколько дней, и выход в чат позволяет преодолеть социальную изоляцию. Оставаясь в пределах своих квартир от отсутствия публичных пространств или возможности выйти на улицу, жители постоянно остаются на связи в нескольких чатах в мессенджере, поддерживая общение со своими друзьями, родственниками и соседями. Виртуальное пространство становится местом для общения и приятного времяпрепровождения; в сочетании с характерным для местных жителей нежеланием тратить семейные ресурсы на благоустройство квартир (которые не являются их собственностью и из которых придется съезжать, даже если это случится через несколько лет), а вместо этого вкладывать их в то, что можно будет забрать с собой при отъезде, создается картина «бегства в виртуальность»: скудный быт, удручающий городской ландшафт и яркие и привлекательные экраны смартфонов и больших плазменных телевизоров дома.

В экстремальной ситуации чаты стали инструментом гражданской кооперации. В Горном в мае, октябре и ноябре жители оставались без света, отопления и воды, температура в школе и дома была около 16 градусов тепла, на занятия ученики

³³ О планах военных городков см. [Бородулина, 2017]; о третьем месте как фундаменте сообщества см. [Ольденбург, 2014].

³⁴ Также подъезд жилого дома, отданный под работу детского сада.

³⁵ В Горном уже десять лет не работают никакие городские коммунальные службы, включая уборку снега, а его иногда выпадает на уровень второго этажа (интервью И.Л., Ю.М., П.М., В.М., Горное).

ходили в верхней одежде (интервью Ю.М., В.М., Горное)³⁶. В мае это совпало с тем, что из-за агрессивной политики Министерства обороны в отношении подсобных хозяйств летом 2016 г. (А.Б, Т.М., М.М., Горячие Ключи) и транспортного коллапса в магазины на остров три недели не могли завести продукты, и из еды остались только консервы (А.П., В.М., Горное). В итоге люди одновременно остались без ключевых городских благ: еды, воды, отопления и электричества (а также медицинского обслуживания, коммунальных услуг и экстренных служб)³⁷. В этой ситуации местный чат «форум³⁸, объявления» стал настоящим общегородским форумом, в котором участвуют и равнодушные активисты и журналисты с Сахалина. Группа достигла максимума для данного мессенджер-клиента в 256 человек и «на добавление еще очередь человек в 30, постоянно кого-то удаляют и добавляют» (В.М., Горное), т. е. сформировался некий гражданский форум, со своим активом и активностью, в зависимости от которой можно сохранять свое место в группе или потерять его³⁹; неформальные лидеры, в том числе и представители «пятой власти», журналисты с Сахалина, взявшие на себя задачу привлечь внимание к ситуации в городе, стали играть важную роль в гражданском процессе, по сути участвуя в процессе включения и исключения участников из этого гражданского форума (В.М., Горное). Так, жители Горного, оказавшиеся в маргинальном положении вне военной и гражданской юрисдикций, были вынуждены (из-за трагического стечения обстоятельств, лишившего их единомоментно жизненно необходимых коммунальных благ) срочно изобрести новые инструменты самоуправления, и общение в мессенджере стало одним из них.

«Поворот к мессенджерам» на Дальнем Востоке

Как мы видели на Сахалине, даже с улучшением технических параметров связи в 2016—2017 гг. (снято ограничение по скорости мобильного интернета, увеличилась конкуренция между провайдерами) специфическая практика использования мессенджеров сохраняется и выполняет востребованные в локальной социальной среде функции. Мы можем также предположить, что пока будут действовать текущие технические ограничения на Курилах, в части транслокальных чатов большая часть обмена информации будет происходить посредством мессенджеров (как это было с перепечатыванием текста новости целиком) с минимальным количеством внешних ссылок. Но даже с ростом доступности связи общение в мессенджерах, скорее всего, будет оставаться таким же массовым, каким мы его наблюдаем сейчас, следуя общемировой тенденции в отношении использования мессенджеров.

³⁶ Без воды, тепла и электричества: как жители военного городка на Курилах встречают зиму [Электронный ресурс] // ВладТайм. 2017, 28 ноября. URL: <http://www.vladtime.ru/obsh/620846> (дата обращения: 10.02.2018).

³⁷ Сети не выдержали напряжения, когда жители в отсутствие отопления включили электрические обогреватели. Как говорилось выше, город десять лет, находясь на балансе Министерства обороны, не обслуживается им, так что вывоз мусора и уборка снега в городе все это время не производились.

³⁸ Интересная связка с форумом в названии напрямую указывает, что создатели понимают чат как городской форум.

³⁹ В отличие от классических интернет-форумов, где есть установленные правила модерации, здесь все зависит от общего, включающего офлайн, контекста взаимоотношений участников и администраторов группы. К сожалению, мне пока не удалось стать участником группы, чтобы наблюдать прецеденты модерации и исключения и сформулировать точнее основные неформальные правила внутренней коммуникации.

В Горном городская чат-группа стала чем-то вроде античного форума, в котором собралась существенная часть городского населения для преодоления сложившегося чрезвычайного положения и, возможно, он показывает перспективу развития локальных чатов как инструментов самоуправления. Рассмотренный кейс иллюстрирует общую тенденцию использования чатов как способа распространения важной для сообщества информации, который стимулирует рост вовлеченности участников и формирование локальных сообществ.

Я предполагаю, что описанная в этой статье ситуация в Сахалинской области не уникальна, так как еще ряд регионов России находится в схожей ситуации «цифрового неравенства». Например, на Камчатку широкополосный интернет пришел совсем недавно (2016 г.), и, по словам местных жителей, ситуация с чатами там идентична с теми, что описана в этой статье (полевые материалы автора: А.Г., Елизово; М.Н., Елизово; М.Р., Петропавловск-Камчатский).

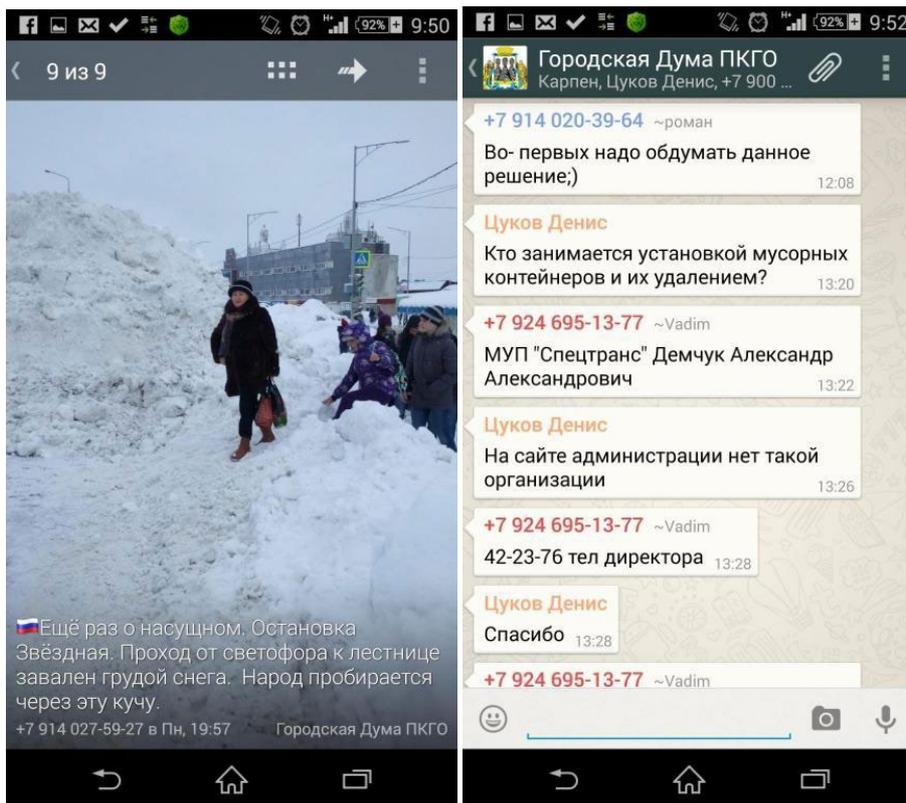
Где-то чаты заменили (хотя бы частично) связь по радию, что практиковалось среди представителей коренных малочисленных народов Сибири и Дальнего Востока и на нефтеразработке и геологоразведке: «Раньше были радиы, позывные: Шука, Антип, Овод, а щас ватсап однако»⁴⁰. В этих регионах безлимитный скоростной интернет был роскошью, а дизайн сайтов до подключения к волокну представлял собой образцы аскетизма. Мессенджеры позволили совершить прорыв в коммуникациях и средствах выхода в сеть, а регионы Дальнего Востока вышли в лидеры по использованию мобильного интернета⁴¹. В СМИ описаны случаи, как жители с помощью чата оперативно спасли фуру с хурмой и нашли за один день машину, чтобы довезти ветерана с переломом к родственникам, что заняло бы гораздо больше времени, пойдя этот запрос о транспорте через бюрократическую машину⁴². Характерно, что в последнем случае вопрос был решен благодаря тому, что сообщение с просьбой о помощи пришло на телефон одного из депутатов: т. е. он действовал и как частное лицо, и как представитель власти. Возможно, чаты будут способствовать размытию границ между публичным и частным. Трансформация диалога между властью и обществом соседствует с трансформацией внутриведомственных отношений: в Петропавловске-Камчатском в чате («пилотный проект в рамках концепции открытости органов местного самоуправления», по словам председателя Гордумы Петропавловска-Камчатского Анатолия Кириносенко⁴³) состоят депутаты городской думы, чиновники различных ведомств мэрии, руководители ЖКХ, дорожники и рядовые граждане. Это не только стирает границы между обществом и чиновниками, но еще и меняет характер межведомственного бюрократического общения, сложившегося как продукт бумажной эпохи (см. рис. 4, 5).

⁴⁰ Уродов А. Доброе утро, чат. Как мессенджеры на Дальнем Востоке заменили людям социальные сети, газеты и институты местного самоуправления [Электронный ресурс] // ТАСС Дальний Восток. 2016, 6 июня. URL: <https://dv.land/territory/dobroe-utro-chat> (дата обращения: 10.02.2018).

⁴¹ По материалам исследования компании Яндекс: Развитие интернета в регионах России [Электронный ресурс] // Яндекс. 2016. URL: https://yandex.ru/company/researches/2016/ya_internet_regions_2016 (дата обращения: 10.02.2018).

⁴² Уродов А. Указ. ист.

⁴³ Дьяченко М. Власть Петропавловска-Камчатского начали общаться с горожанами через WhatsApp [Электронный ресурс] // РИА VladNews. 2015, 20 января. URL: <https://vladnews.ru/2015-01-20/73417/vlasti-petropavlovskakamchatskogo> (дата обращения: 10.02.2018).



Рисунки 4, 5. Пример решения городских вопросов в чате Петропавловска-Камчатского.
Источник: Максим Дьяченко, РИА VladNews

Наблюдаемую на Дальнем Востоке смену интернет-практик в регионах с низкой доступностью цифровых коммуникаций, которая произошла благодаря сочетанию технологии мессенджер-клиентов и распространения мобильного интернета, я предлагаю называть «поворот к мессенджерам». Он качественно изменил многие аспекты медиапотребления, коммуникаций, практики пользования смартфоном («Если у тебя нет WhatsApp, то у тебя нет телефона»⁴⁴), повлиял на стратегии жизнеобеспечения и совладания с территориальной изолированностью, трансформировал гражданские политические практики и инициировал развитие городских сообществ и транслокальных «городских диаспор». Помимо технических предпосылок, на развитие практик в мессенджерах в направлении локальной кооперации повлияли сложившиеся социальные практики взаимопомощи, также сходные для Дальнего Востока: недостатки инфраструктуры, экономика дефицита и экстремальные условия, с которыми можно справиться либо с помощью усилий государства как механизма концентрации и мобилизации ресурсов, либо, при его

⁴⁴ Уродов А. Доброе утро, чат. Как мессенджеры на Дальнем Востоке заменили людям социальные сети, газеты и институты местного самоуправления [Электронный ресурс] // ТАСС Дальний Восток. 2016, 6 июня. URL: <https://dv.land/territory/dobroe-utro-chat> (дата обращения: 10.02.2018).

бездействию, с помощью кооперации. Характерно, что «поворот к мессенджерам» вывел ДВФО в лидеры по распространенности мессенджеров, создав уникальный тренд, не ориентирующийся на центральные регионы⁴⁵.

Я предполагаю, что дальнейшие исследования в этом направлении в Якутии, на Чукотке, Камчатке, Колыме, Сахалине и Курилах позволят целостно описать этот феномен. Интересно, что в других регионах Дальнего Востока, где не было исключительно высоких цен на интернет, как в перечисленных выше регионах, мессенджеры также широко распространены⁴⁶, и это тоже нуждается в дальнейшем исследовании: возможно, при «повороте к мессенджерам» именно социальные условия имеют ключевое значение, или характер распространения этих практик определяет некий третий аспект, который мы пока не смогли обнаружить.

Источники

1. Полевые материалы автора в формате неформализованных интервью, собранные на о. Сахалин и Итуруп во время полевых поездок и дистанционно в 2015—2017 гг. В г. Южно-Сахалинске (Сахалин), Горячие Ключи и Горное (Итуруп).
2. Полевой дневник автора Сахалин-Итуруп 2015—2017.
3. Формализованные интервью среди студентов МГУ им. М. В. Ломоносова, родившихся на Камчатке, апрель 2016 г.; 14 интервью.
4. Группы в WhatsApp, в которых участвовали информанты на о. Сахалин и Итуруп: «SEXзнакомстваСахалин»; «Лясим-Трясим», «Ссылки Сахалин_65», «ДПС ДТП Сахалин», «Бюро находок/нужна помощь», «Услуги Сахалин», «Грузовики — взаимопомощь».

Список литературы (References)

- Бородулина А. Мессенджерская революция. Полевое исследование на Сахалине и Курилах // Интернет по ту сторону цифр. 2017. Ч. 1. С. 43—52.
- Borodulina A. (2017) Messenger revolution. Field study in Sakhalin and the Kuril islands. Internet beyond digits. Part 1. P. 43—52. (In Russ.)
- Колозариди П. В., Ильин А. В. Мессенджеры в городской среде: гибридные формы и новые практики. // Шаги. 2016. 2(1). 127—138.
- Kolozaridi P. V., Ilin A. V. (2016) Messengers in the urban environment: Hybrid forms and new practices. Shagi [Steps]. 2(1). 127—138. (In Russ.)

⁴⁵ По данным интернет-опроса 2015 г. на автомобильном форуме drom.ru, Дальневосточный округ лидировал по распространенности мессенджеров среди других российских регионов: 83,9% опрошенных округа используют WhatsApp для общения; Москва на втором месте с 60,6%; 79,8% опрошенных из Сахалинской области указывали, что используют WhatsApp как одно из приложений для переписки. См. Какими приложениями на телефоне вы пользуетесь для переписки? [Электронный ресурс] // Drom.ru. URL: https://www.drom.ru/poll_details.php?poll_id=615&mode=regions (дата обращения: 10.02.2018).

⁴⁶ Уродов А. Доброе утро, чат. Как мессенджеры на Дальнем Востоке заменили людям социальные сети, газеты и институты местного самоуправления [Электронный ресурс] // ТАСС Дальний Восток. 2016, 6 июня. URL: <https://dv.land/territory/dobroe-utro-chat> (дата обращения: 10.02.2018).

Ольденбург Р. Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества / пер. с англ. А. Широкановой. М. : Новое литературное обозрение. 2014.

Oldenburg R. (2014) The great good place: cafés, coffee shops, community centers, beauty parlors, general stores, bars, hangouts, and how they get you through the day. Moscow. New Literary Observer. (In Russ.)

Утехин И. Очерки коммунального быта. М. : ОГИ. 2001.

Utekhin I. (2001) Essays on Communal Everyday Life. Moscow, OGI. (In Russ.)

Функ Д. А. «Ресурсное проклятие» (поиск новых подходов к «этнологической экспертизе» и оценке социального воздействия управленческих решений) // «Мир культуры народов Севера: арктический вектор» [Текст] / под общ. ред. О. Н. Астафьевой. М. : ООО «ИПП «КУНА». 2016.

Funk D. A. (2016) «Resource Curse» (new approaches towards ethnological expertise and assessment of social impact of managerial decisions). «Mir kul'tury narodov Severa: arkticheskii vektor» [World of Culture of the Peoples of the North: Arctic Direction]. Moscow: ООО «ИПП «KUNA»] (In Russ.)

Appadurai A. (1995) The Production of Locality. In: Fardon, R. (ed.) Counterworks. Managing the Diversity of Knowledge. New York, NY. Routledge. P. 204—225.

Axelrod R., Hamilton W. D. (1981) The Evolution of Cooperation. *Science. New Series.* Vol. 211. No. 4489. P. 1390—1396.

Meeker M. (2015) Internet trends 2015 — Code conference. KPCB. Retrieved from <http://www.kpcb.com/internet-trends>.

Meeker M. (2017, May 31). Internet trends 2017 — Code conference. KPCB. Retrieved from <http://www.kpcb.com/internet-trends>.

Miller D., Costa E., Haynes N., McDonald T., Nicolescu R., Sinanan J., Spyer J., Venkatraman S., Wang X. (2016) How the World Changed Social Media. London: UCL Press.

Kutepova N., Tsepilova O. (2007) A Short History of ZATO. In: Michael Edelstein, Maria Tysiachniouk, Lyudmila V. Smirnova (Eds.). Cultures of Contamination: Legacies of Pollution in Russia and the U. S. Amsterdam and Oxford. Amsterdam. Elsevier. P. 148—149.

Bohn T. M. (2006) Das sowjetische System der «geschlossenen Städte.» Meldewesen und Wohnungsmangel als Indikatoren sozialer Ungleichheit // Friedrich Lengler, Klaus Tenfelde (Hgs.). Die europäische Stadt im 20. Jahrhundert. Wahrnehmung. Entwicklung. Erosion. Köln et al. S. 373—385.

Rowland R. H. (1996) «Russia's Secret Cities». *Post-Soviet Geography and Economics.* No. 37. P. 426—462.

МОНИТОРИНГ МНЕНИЙ

Правильная ссылка на статью:

Мониторинг мнений (ВЦИОМ): январь — февраль 2018 // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 1. С. 173—203.

For citation:

Public opinion poll (VCIOM): January — February 2018. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. 2018. № 1. P. 173—203.

МОНИТОРИНГ МНЕНИЙ: ЯНВАРЬ — ФЕВРАЛЬ 2018

Результаты ежедневных опросов «ВЦИОМ—Спутник». Метод опроса — телефонное интервью по стратифицированной двухосновной случайной выборке стационарных и мобильных номеров объемом 1200 респондентов. Выборка построена на основе полного списка телефонных номеров, задействованных на территории РФ. Данные взвешены на вероятность отбора и по социально-демографическим параметрам. Максимальный размер ошибки с вероятностью 95% не превышает 3,5%.

СОДЕРЖАНИЕ ДАЙДЖЕСТА

ПОЛИТИКА

Выборы президента России — 2018: два месяца до дня голосования	174
Россия — Украина: четыре года после Майдана.....	176
Крым: общественно-политическая ситуация накануне выборов президента	179

СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ

Рождаемость в России: меры и мнения.....	184
Независимый от США интернет: иллюзия или реальность?	187
Брак и сожителство: ставим знак тождества?.....	191

ОБРАЗ ЖИЗНИ

Новогодние каникулы-2018: у кого праздники, а у кого трудовые будни?	193
Российская наука: деньги — двигатель прогресса?.....	196
Олимпиада в Пхёнчхане: играем!	200

ПОЛИТИКА

Выборы президента России — 2018: два месяца до дня голосования174

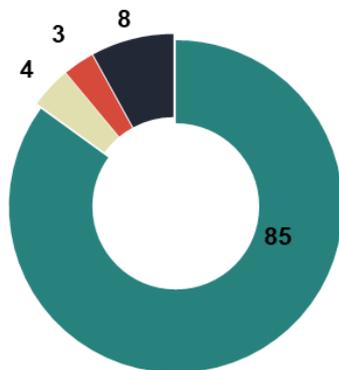
Россия — Украина: четыре года после Майдана.....176

Крым: общественно-политическая ситуация накануне выборов президента179

ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА РОССИИ — 2018: ДВА МЕСЯЦА ДО ДНЯ ГОЛОСОВАНИЯ

10—11 января 2018 г.

Отдать свой голос за Владимира Путина на президентских выборах (если бы они состоялись в ближайшее воскресенье), готовы 73,8% избирателей, за Павла Грудина — 7,2%, за Владимира Жириновского — 4,7%. В антирейтинге кандидатов лидирует Ксения Собчак: 89,8% наших сограждан сказали, что не отдадут свой голос за нее. Декларируемая явка на данный момент составляет 67%. Около трети россиян (34%) считают, что выборы пройдут честно, 46% предполагают незначительные нарушения.



- Правильный ответ (март, весна 2018 г)
- Правильный ответ (2018 г., без уточнения месяца)
- Неправильный ответ
- Слышу впервые/Нет ответа/Затрудняюсь ответить

Рисунок 1. Знаете ли Вы, когда состоятся следующие выборы президента РФ? Если знаете, пожалуйста, назовите месяц, год (открытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных, индекс в пунктах)

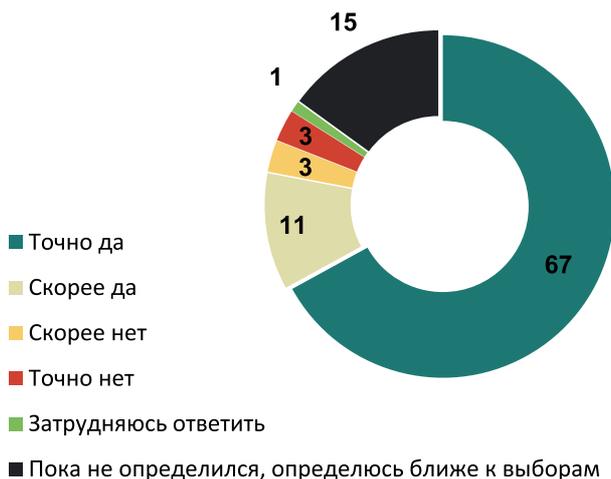


Рисунок 2. Примете ли Вы участие в выборах президента, которые состоятся в марте 2018 г., или нет? (Закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)



Рисунок 3. Если бы президентские выборы проводились в ближайшее воскресенье и список выглядел бы следующим образом, то за кого из этих кандидатов Вы бы, скорее всего, проголосовали? Вы можете дать один ответ (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)



Рисунок 4. За кого Вы НЕ проголосуете ни при каких обстоятельствах? Вы можете назвать любое число ответов (закрытый вопрос, любое число ответов, % от всех опрошенных)

РОССИЯ — УКРАИНА: ЧЕТЫРЕ ГОДА ПОСЛЕ МАЙДАНА

15—16 февраля 2018 г.

Спустя четыре года после смены власти на Украине за событиями в этой стране следит около трех четвертей россиян (72%). От произошедших вследствие Майдана перемен Украина проиграла — считает большинство россиян (75%), таких больше половины во всех социально-демографических группах. Нынешние отношения России с ее ближайшим соседом 40% наших соотечественников характеризуют как напряженные (эта доля наиболее высока среди молодежи 47% в группе от 18 до 24 лет).



Рисунок 5. Вы лично следите или не следите за политическими событиями, происходящими в настоящее время на Украине? (Закрытый вопрос, один ответ, %)



Рисунок 6. Более четырех лет назад на Украине начались события, которые потом назвали «Евромайданом». Как бы Вы охарактеризовали то, что происходило тогда на киевском Майдане? (Открытый вопрос, до трех ответов, %)



Рисунок 7. Охарактеризуйте в двух-трех словах то, что в настоящее время происходит на Украине (открытый вопрос, до трех ответов, %)



Рисунок 8. По Вашему мнению, от событий на Майдане Украина скорее выиграла или проиграла? (Закрытый вопрос, один ответ, %)

КРЫМ: ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ НАКАНУНЕ ВЫБОРОВ ПРЕЗИДЕНТА

25—28 января 2018 г.

В опросе принимают участие жители Крыма в возрасте от 18 лет. Метод опроса — телефонное интервью по стратифицированной двухосновной случайной выборке стационарных и мобильных номеров объемом 1600 респондентов.

Общественно-политическая ситуация в республике Крым за полтора месяца до выборов президента России стабильная, а уровень негативных оценок низкий. Среди проблем, которые больше всего беспокоят жителей Крыма, — в основном социально-экономические: отсутствие повышения зарплат и пенсий, сокращение и уменьшение количества рабочих мест, здравоохранение.

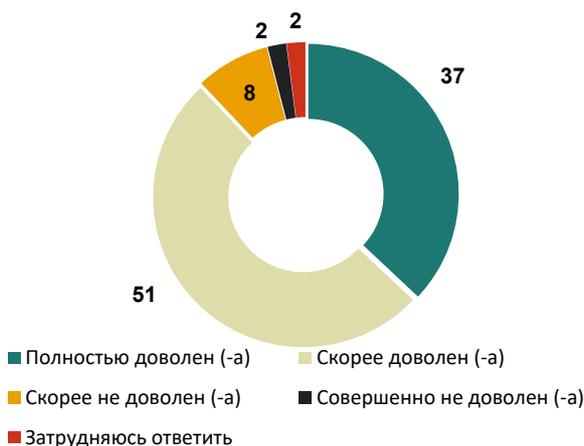


Рисунок 9. Скажите, в целом Вы довольны или недовольны своей жизнью, тем, как сейчас живете? (Закрытый вопрос, один ответ, %)



Рисунок 10. Если говорить про Республику в целом, Вы довольны или недовольны положением дел в Республике в целом? (Закрытый вопрос, один ответ, %)



Рисунок 11. Как Вы считаете, за последний год ситуация в Республике в целом улучшилась, ухудшилась или не изменилась? (Закрýтый вопрос, один ответ, %)

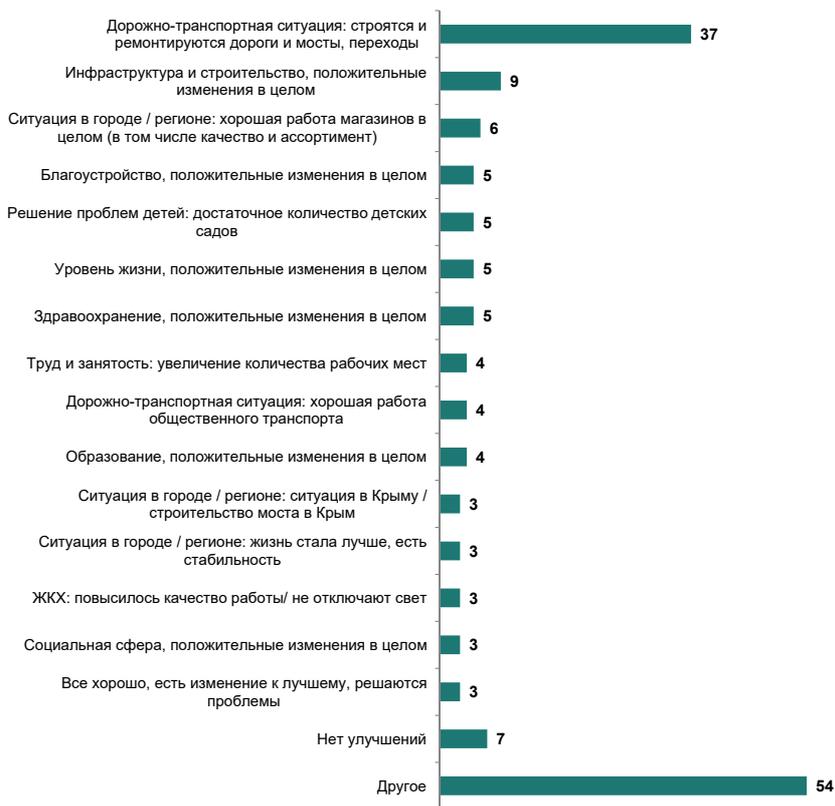


Рисунок 12. Как Вам кажется, по каким направлениям ситуация в Республике улучшилась за последний год? (Открытый вопрос, несколько ответов, %)

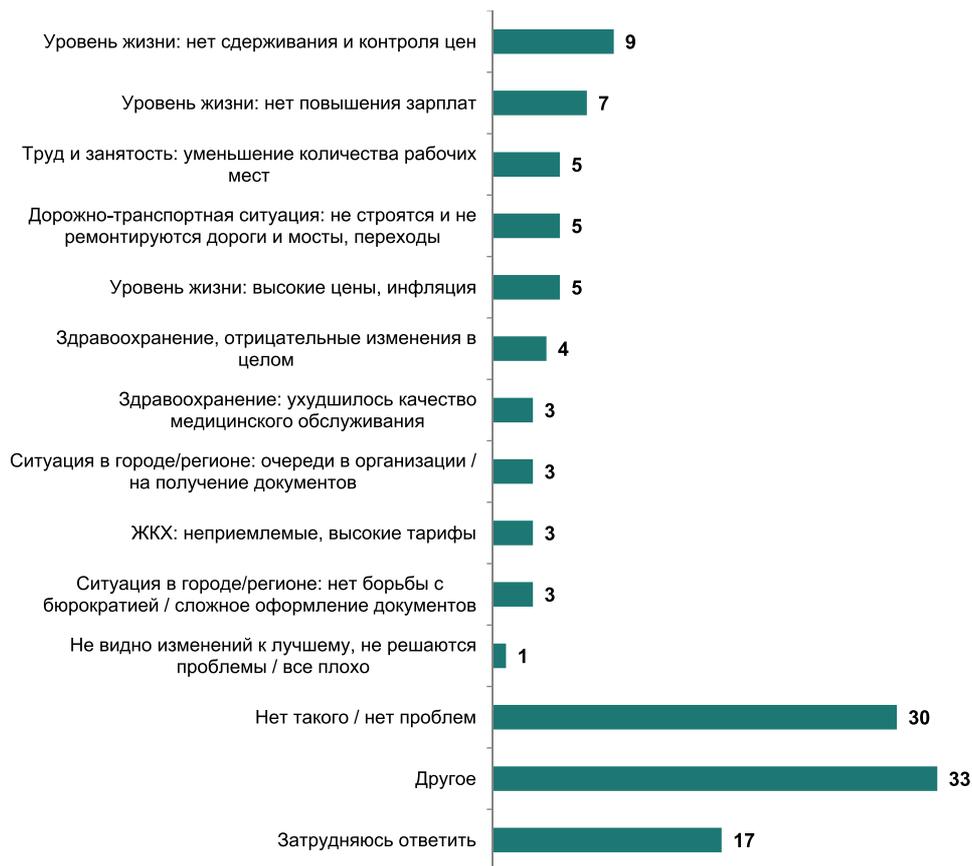


Рисунок 13. Как Вам кажется, по каким направлениям ситуация в Республике ухудшилась за последний год? (Открытый вопрос, несколько ответов, %)



Рисунок 14. Какие проблемы беспокоят, волнуют Вас, членов Вашей семьи больше всего? Пожалуйста, назовите несколько наиболее значимых для Вас проблем (Открытый вопрос, несколько ответов, %)



Рисунок 15. Если бы президентские выборы проводились в ближайшее воскресенье и список выглядел бы следующим образом, то за кого из этих кандидатов Вы бы, скорее всего, проголосовали? (Закрытый вопрос, один ответ, %)

СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ

Рождаемость в России: меры и мнения.....184

Независимый от США интернет: иллюзия или реальность? 187

Брак и сожителство: ставим знак тождества? 191

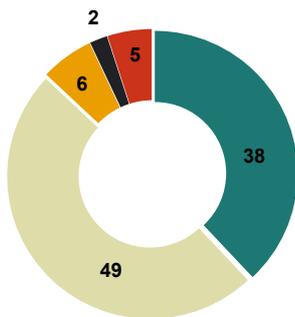
РОЖДАЕМОСТЬ В РОССИИ: МЕРЫ И МНЕНИЯ

28—29 декабря 2017 г.

Инициативы президента в сфере социально-демографической политики: продление и расширение программы материнского капитала (91%), ежемесячные выплаты при рождении первого ребенка (87%), ипотечная программа для семей со вторым и третьим ребенком (75%) и др., — известны большинству россиян. Помочь увеличить рождаемость, по мнению 63% россиян, может улучшение материального благосостояния семей.

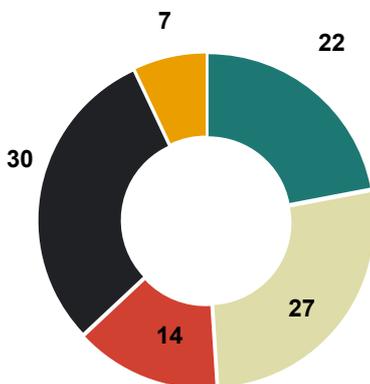
Таблица 1. Недавно Владимир Путин озвучил ряд инициатив в сфере социально-демографической политики. О каких из них Вы знаете, слышали, а о каких — слышите впервые? (Закрытый вопрос, один ответ по каждой строке, % от всех опрошенных)

	Хорошо знаю	Что-то слышал, но без подробностей	Слышу впервые	Затрудняюсь ответить
Продление программы материнского капитала и расширение сферы его применения	42	49	8	1
Ежемесячные выплаты при рождении первого ребенка молодым семьям с низким уровнем дохода	40	47	12	1
Специальная ипотечная программа для семей со вторым или третьим ребенком	24	51	23	2
Решение проблемы с очередями в яслях для детей от двух месяцев до трех лет	22	36	40	2
Реконструкция и оснащение детских поликлиник	14	37	48	1



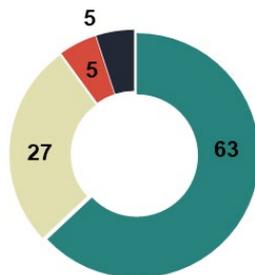
- Эти меры важны и будут реально способствовать росту рождаемости
- Это правильные меры, но они вряд ли будут достаточны для существенного роста рождаемости
- Эти меры неэффективны, они вряд ли дадут какие-либо результаты
- Эти меры принесут больше вреда, чем пользы
- Затрудняюсь ответить

Рисунок 1. Как Вы считаете, меры, предложенные Владимиром Путиным, будут способствовать росту рождаемости, не дадут никаких результатов, либо принесут больше вреда, чем пользы? (Закрытый вопрос, один ответ, %)



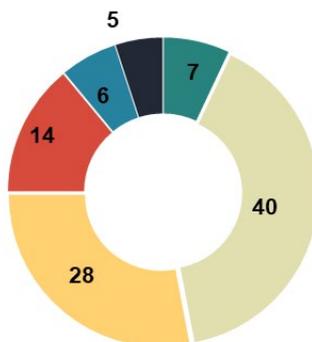
- Да, безусловно
- Да, возможно
- Скорее всего, нет
- Точно нет
- Затрудняюсь ответить

Рисунок 2. Вы бы лично пошли на рождение первого ребенка / еще одного ребенка в случае реализации мер, предложенных президентом? (Закрытый вопрос, один ответ, %)



- Для повышения рождаемости в России необходимо существенно улучшить материальное обеспечение семей
- Рост материального обеспечения вряд ли приведет к повышению рождаемости в России, необходимо менять установки и образ жизни людей
- Я не вижу необходимости в существенном повышении рождаемости
- Затрудняюсь ответить

Рисунок 3. С каким из следующих суждений Вы в большей степени согласны? (Закрытый вопрос, один ответ, %)



- Одного
- Двух
- Трех
- Четырех и более
- Не хотел(-а) бы иметь детей
- Затрудняюсь ответить

Рисунок 4. Сколько детей Вы бы хотели иметь в идеальных условиях, без учета нынешних условий жизни? (Закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)

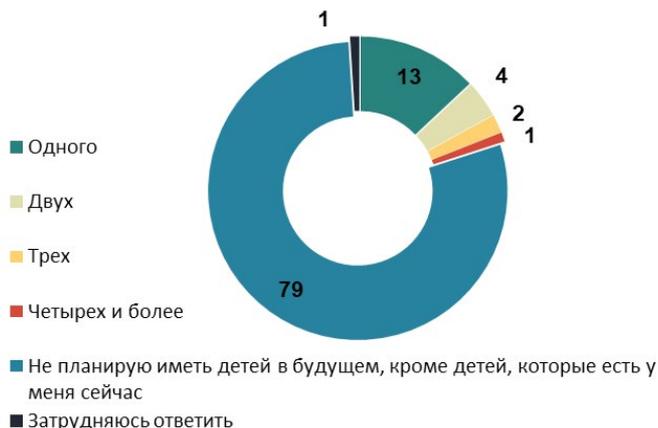


Рисунок 5. С учетом Ваших реальных жизненных обстоятельств Вы планируете иметь детей в будущем или нет? Если да, то сколько детей Вы планируете в будущем (кроме детей, которые есть у Вас сейчас)? (Закрытый вопрос, один ответ, % по ответам тех, у кого сейчас есть дети)

НЕЗАВИСИМЫЙ ОТ США ИНТЕРНЕТ: ИЛЛЮЗИЯ ИЛИ РЕАЛЬНОСТЬ?

12—13 января 2018 г.

Предложение России о создании независимого интернета в рамках границ стран — членов БРИКС нашло поддержку 58% наших сограждан (против высказались 29%). Преимуществами создания отдельного интернета странами БРИКС половине россиян кажется повышение уровня безопасности данных россиян в целом — с этим согласны 49%, лучшая защита от международных хакеров (предотвращение возможных атак) — 49%.



Рисунок 6. Как Вы считаете, какое направление развития интернета пойдет на пользу российскому обществу? (Закрытый вопрос, один ответ, %)

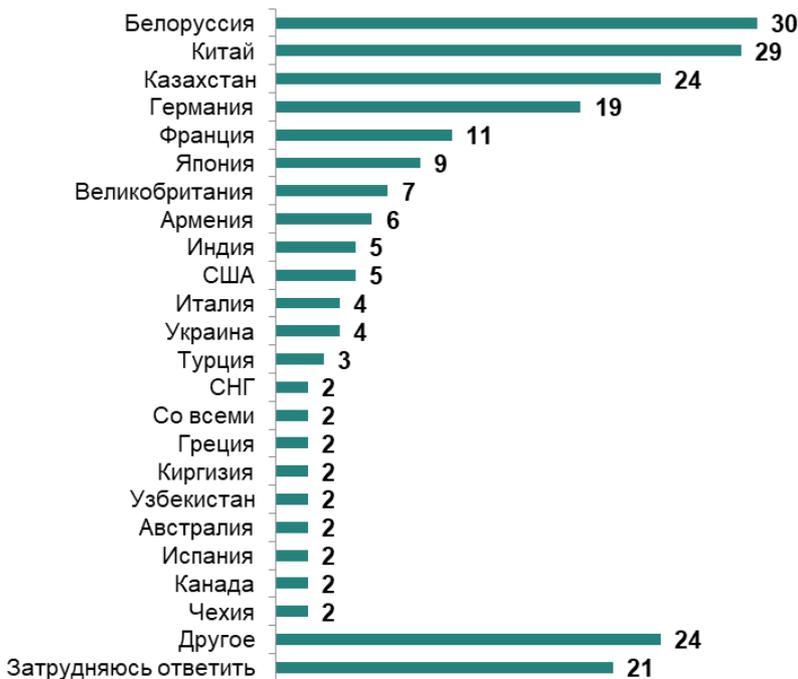


Рисунок 7. На Ваш взгляд, с какими странами России лучше всего создавать свой интернет? Вы можете назвать до трех стран (открытый вопрос, не более трех ответов, % от тех, кто высказался за создание интернета в границах России и нескольких других государств; представлены ответы, названные не менее чем 2% респондентов)



Рисунок 8. Страны БРИКС — это Бразилия, Россия, Индия, Китай и Южная Африка. Совет Безопасности России вынес на обсуждение вопрос о создании странами БРИКС независимого интернета в границах нескольких государств. А Вы лично одобряете или не одобряете эту инициативу? (Закрытый вопрос, один ответ, %)



Рисунок 9. Почему Вы одобряете создание независимого интернета в России и других странах БРИКС? (Открытый вопрос, не более трех ответов, % от тех, кто одобряет инициативу)



Рисунок 10. Почему Вы НЕ одобряете создание независимого интернета в России и других странах БРИКС? (Открытый вопрос, не более трех ответов, % от тех, кто НЕ одобряет инициативу)

Таблица 1. Насколько Вы согласны или не согласны со следующими высказываниями об отдельном интернете для стран БРИКС? (Закрытый вопрос, один ответ по каждой строке, % от всех опрошенных)

	Абсолютно не согласен	Скорее не согласен	Затрудняюсь ответить	Скорее согласен	Полностью согласен
Создание отдельного интернета предотвратит возможные хакерские атаки других стран и международных организаций	13	13	25	27	22
Отдельный интернет позволит обезопасить данные россиян	11	12	28	28	21
Создание отдельного интернета ограничит доступ россиян к глобальному интернету	10	17	32	23	18
Отдельный интернет, частично дублирующий всемирную сеть, обеспечит доступ к интернету в случае возможных сбоев	6	10	55	19	10

БРАК И СОЖИТЕЛЬСТВО: СТАВИМ ЗНАК ТОЖДЕСТВА?

25—26 января 2018 г.

В обществе уже вполне приемлемой формой отношений считается совместное проживание мужчины и женщины без штампа в паспорте (46% россиян считают это нормальным). Однако большинство россиян (56%) не признает сожительство браком. Более двух третей опрошенных (71%) соглашались с тем мнением, что рождению детей должна предшествовать официальная регистрация брака в ЗАГСе. На сегодняшний день 50% взрослых россиян высказываются против инициативы признавать незарегистрированные отношения браком.

Таблица 1. В какой мере Вы согласны или не согласны со следующими суждениями? (Закрытый вопрос, один ответ по каждой строке, % от всех опрошенных)

	НЕ согласен	Согласен	Затрудняюсь ответить
Это нормально, когда два человека живут вместе, не намереваясь вступить в официальный брак	45	46	9
Если люди хотят иметь детей, они должны вступить в официальный брак	23	71	6

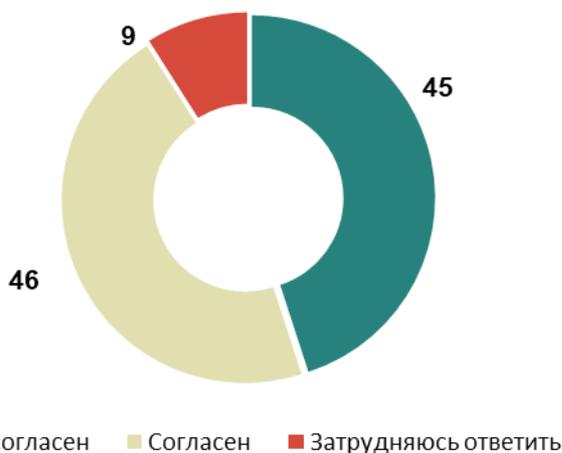


Рисунок 11. В какой мере Вы согласны или не согласны со следующим суждением: это нормально, когда два человека живут вместе, не намереваясь вступить в официальный брак? (Закрытый вопрос, один ответ, %)



Рисунок 12. В какой мере Вы согласны или не согласны со следующим суждением: если люди хотят иметь детей, они должны вступить в официальный брак? (Закрытый вопрос, один ответ, %)

Таблица 2. Как Вы считаете, являются или не являются браком следующие отношения (закрытый вопрос, один ответ по каждой строке, % от всех опрошенных)

	Являются браком	Не являются браком	Затрудняюсь ответить
Отношения между мужчиной и женщиной, долгое время проживающими вместе, но незарегистрированными как официальная семья в органах ЗАГСa	37	56	7
Отношения между мужчиной и женщиной, имеющими детей, но незарегистрированными как официальная семья в органах ЗАГСa	42	48	10



Рисунок 13. Вы скорее поддерживаете или не поддерживаете инициативу о приравнении незарегистрированных отношений к официальному браку? (Закрытый вопрос, один ответ, %)

ОБРАЗ ЖИЗНИ

Новогодние каникулы-2018: у кого праздники, а у кого трудовые будни?193

Российская наука: деньги — двигатель прогресса?196

Олимпиада в Пхёнчхане: играем!200

НОВОГОДНИЕ КАНИКУЛЫ-2018: У КОГО ПРАЗДНИКИ, А У КОГО ТРУДОВЫЕ БУДНИ?

8—9 января 2018 г.

Праздничная новогодняя неделя в этом году порадовала почти три четверти россиян (73%) — несколько меньше, чем в прошлые зимние каникулы (78%). ТОП-лист наиболее распространенных видов отдыха в целом не изменился: 42% респондентов сообщили, что были в гостях, 30% — гуляли на природе, 20% — ходили на каток/катались на лыжах и др. Вместе с тем идеальный зимний отдых 37% граждан связывают с катанием на лыжах/коньках и пр., 23% — с рыбалкой и походами, 22% — с пляжем и солнцем, а 25% хотели бы сходить на экскурсии и посетить исторические места. Сумма средних расходов на празднование в 2018 г. составила 14195 руб. — почти столько же было в 2017 г. (14192 руб.).

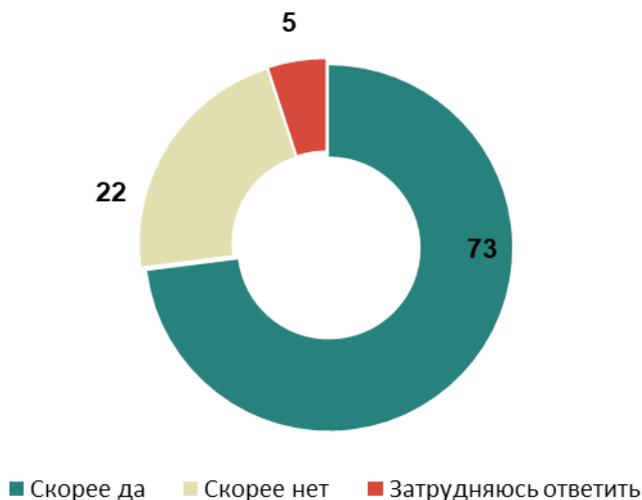


Рисунок 1. Удовлетворены ли Вы тем, как провели новогодние и рождественские каникулы или нет? (Закрытый вопрос, один ответ, %)



Рисунок 2. Что из нижеперечисленного Вы делали в новогодние и рождественские каникулы? (Закрытый вопрос, любое число ответов, %)



Рисунок 3. Представьте свой идеальный зимний отдых. Какими видами зимнего отдыха Вы хотели бы заняться? (Закрытый вопрос, любое число ответов, %)



Рисунок 4. Что Вы лично получили в подарок на Новый год от своих друзей и близких?
(Закрытый вопрос, любое число ответов, %)

Таблица 1. Вы отмечали или не отмечали... (закрытый вопрос, один ответ по каждой строке, %)

	Да, отмечал	Нет, не отмечал
Католическое Рождество 25 декабря	4	96
Православное Рождество 7 января	72	28

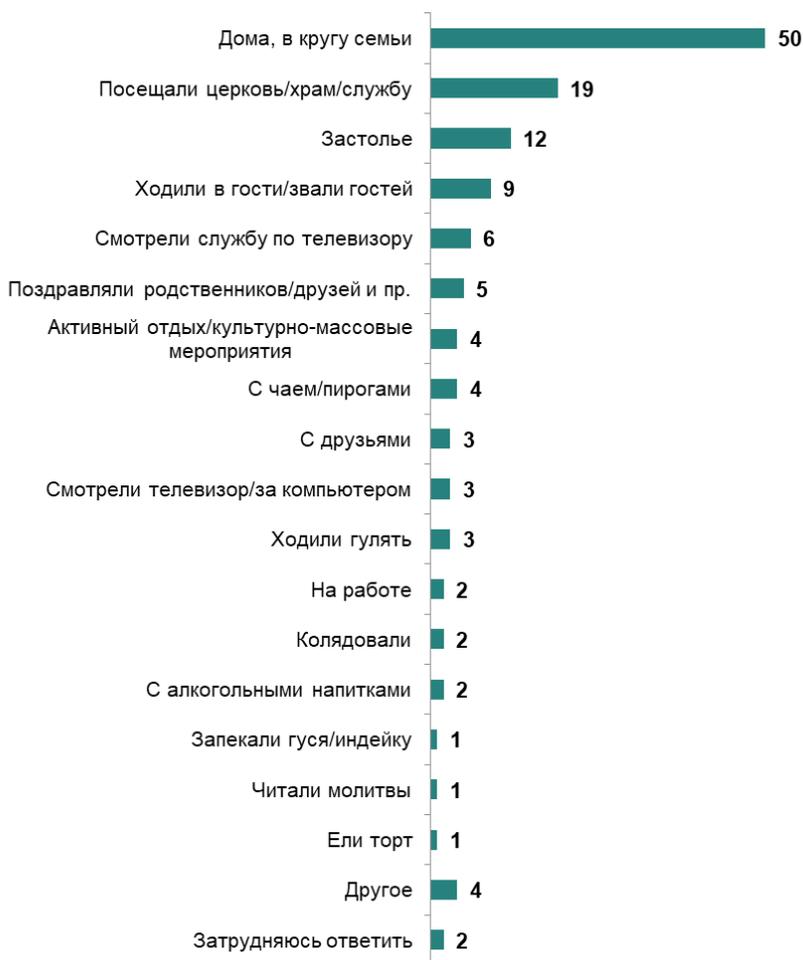


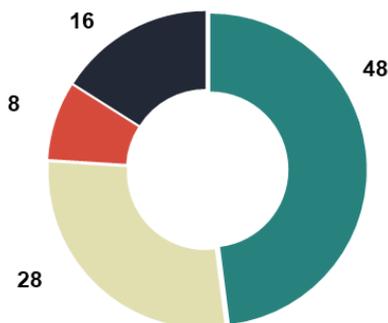
Рисунок 5. Как Вы отмечали Рождество?

(Открытый вопрос, не более трех ответов, % по ответам тех, кто отмечал один или оба праздника)

РОССИЙСКАЯ НАУКА: ДЕНЬГИ — ДВИГАТЕЛЬ ПРОГРЕССА?

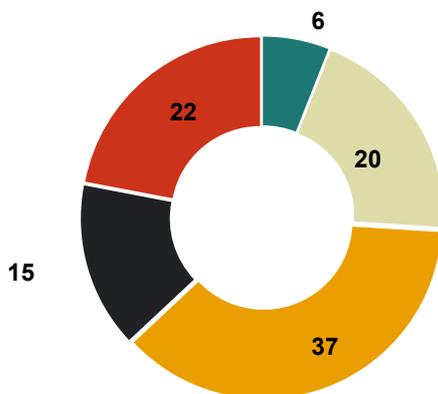
30—31 января 2018 г.

Мировая наука сейчас на подъеме — считает каждый второй россиянин (48%). Для осуществления прорыва в отечественной науке, по мнению россиян, в первую очередь необходимы дополнительные финансовые вливания (50%), а не повышение квалификации ученых (33%). Основные научные достижения последних десятилетий наши сограждане связывают с оборонной промышленностью (9%), космической отраслью (6%), медициной (6%) и компьютерными технологиями (4%). Однако большинство опрошенных (72%) не могут назвать ни одного.



- На подъеме: совершаются серьезные открытия, оказывающие влияние на развитие общества
- В застое: какие-то открытия совершаются, но они не влияют на развитие общества
- На спаде: не совершается серьезных открытий, способных повлиять на развитие общества
- Затрудняюсь ответить

Рисунок 6. Как Вы считаете, современная мировая наука находится на подъеме, в застое или переживает спад? (Закрытый вопрос, один ответ, %)



- Значительно опережает развитие мировой науки
- опережает, но незначительно
- Немного отстает от развития мировой науки
- Значительно отстает
- Затрудняюсь ответить

Рисунок 7. Какими темпами развивается современная российская наука в сравнении с мировой наукой? (Закрытый вопрос, один ответ, %)

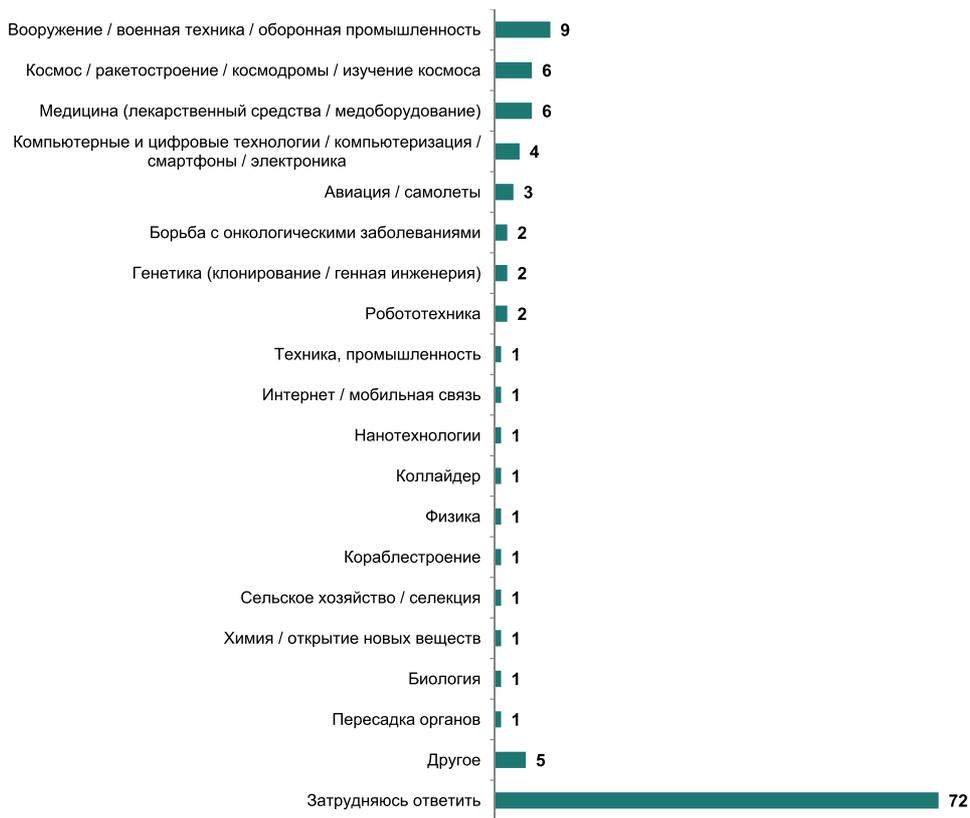


Рисунок 8. Назовите, пожалуйста, достижения российской и мировой науки последних десятилетий (Открытый вопрос, не более трех ответов, % от всех опрошенных)



Рисунок 9. Существуют разные мнения о том, что в настоящее время сдерживает развитие российской науки. Одни считают, что недостаточный объем финансирования не позволяет российским ученым сделать прорывные открытия. Другие считают, что невысокий уровень компетентности российских ученых. По Вашему мнению, что в первую очередь необходимо для развития российской науки? (Закрытый вопрос, один ответ, %)



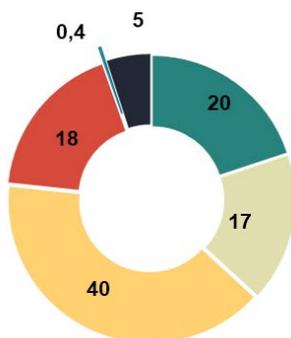
Рисунок 10. Кто, на Ваш взгляд, должен принимать решение о том, какие задачи должна сегодня решать российская наука, в каком направлении развиваться? (Закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)

ОЛИМПИАДА В ПХЁНЧХАНЕ: ИГРАЕМ!*2—3 февраля 2018 г.*

Об Играх слышало подавляющее большинство граждан (89%), следить за ходом всех или части соревнований планируют 77%. Каждый шестой (17%) участник опроса собирается смотреть только те соревнования, где у российских спортсменов есть шансы на медали. По общим оценкам всех респондентов, это в первую очередь фигурное катание (42%), а также биатлон (26%), хоккей (24%) и лыжные виды спорта (24%). Ситуация вокруг отстранения российской сборной (допущенные спортсмены будут выступать под нейтральным флагом) широко известна (92%), половина опрошенных (52%) полагает, что власти страны сделали недостаточно для помощи нашим спортсменам.



Рисунок 11. В феврале в южнокорейском Пхёнчхане пройдут Олимпийские игры. Вы знаете, что-то слышали или слышите сейчас об этом в первый раз? (Закрытый вопрос, один ответ, %)



- Да, буду регулярно смотреть трансляции соревнований по всем видам спорта
- Да, но буду смотреть только те трансляции соревнований, в которых у российских спортсменов, выступающих под олимпийским флагом, есть шансы завоевать призовые места
- Да, но буду смотреть только трансляции соревнований, которые мне интересны
- Нет, не буду следить за ходом Олимпиады
- Поеду на олимпиаду в Пхёнчхан
- Затрудняюсь ответить

Рисунок 12. Собираетесь ли Вы следить за ходом предстоящих зимних Олимпийских игр в Пхёнчхане или нет? (Закрытый вопрос, один ответ, %от всех опрошенных)



Рисунок 13. Назовите, пожалуйста, дисциплины зимних олимпийских видов спорта, в которых, по Вашему мнению, у российских спортсменов, вступающих под олимпийским флагом, больше всего шансов завоевать олимпийские медали? (Открытый вопрос, не более пяти ответов, построчно представлены ответы, названные не менее чем 1% опрошенных)



Рисунок 14. За выступлениями спортсменов в каких видах спорта вы собираетесь следить прежде всего? (Открытый вопрос, не более пяти ответов, по ответам тех, кто планирует следить за Играми; представлены ответы, названные не менее чем 1% опрошенных)

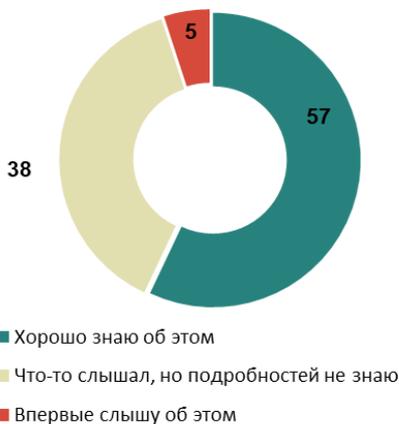


Рисунок 15. Сборная России была отстранена от участия в Олимпиаде 2018 г. Спортсмены из России будут выступать под нейтральным флагом Международного олимпийского комитета. При этом многие российские спортсмены не получили возможность выступать на Олимпиаде в Пхёнчхане. Вы хорошо знаете, что-то слышали или в первый раз слышите об этом? (Закрытый вопрос, один ответ, %)



Рисунок 16. С каким из следующих утверждений Вы в большей степени согласны?
(Закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)

ПРЕДСТАВЛЯЕМ ИССЛЕДОВАНИЕ

DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.10

Правильная ссылка на статью:

Давыдов С. Г., Логунова О. С. Сообщества московских районов в социальных медиа: контент и его модерация // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 1. С. 204—221. DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.10.

For citation:

Davydov S. G., Logunova O. S. Moscow districts' social media communities: content and its moderation. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. 2018. № 1. P. 204—221. DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.10.



С. Г. Давыдов, О. С. Логунова СООБЩЕСТВА МОСКОВСКИХ РАЙОНОВ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА: КОНТЕНТ И ЕГО МОДЕРАЦИЯ

СООБЩЕСТВА МОСКОВСКИХ РАЙОНОВ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА: КОНТЕНТ И ЕГО МОДЕРАЦИЯ

MOSCOW DISTRICTS' SOCIAL MEDIA COMMUNITIES: CONTENT AND ITS MODERATION

ДАВЫДОВ Сергей Геннадьевич — кандидат философских наук, доцент, заместитель декана, доцент Факультета коммуникаций, медиа и дизайна Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», Москва, Россия.

E-MAIL: sdavydov@hse.ru

ORCID: 0000-0001-8455-9976

*Sergey G. DAVYDOV¹ — Cand Sci. (Philosophy), Associate Professor, Vice-dean
E-MAIL: sdavydov@hse.ru
ORCID: 0000-0001-8455-9976*

¹ National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia

ЛОГУНОВА Ольга Сергеевна — кандидат социологических наук, доцент Департамента социологии Факультета социальных наук Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», Москва, Россия.
E-MAIL: ologunova@hse.ru
ORCID: 0000-0003-2893-4764

Olga S. LOGUNOVA¹ — Cand Sci. (Sociology), Associate Professor
E-MAIL: ologunova@hse.ru
ORCID: 0000-0003-2893-4764

¹ National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia

Аннотация. Статья основана на результатах эмпирического исследования медийных сообществ (пабликов и онлайн групп) районов Москвы, цель которого заключалась в выявлении редакторских практик их модераторов, а также формальных и содержательных особенностей публикуемых сообщений. Для ее достижения были использованы методы неформализованных (глубинных) интервью и контент-анализа. Районы крупных населенных пунктов представляют собой одно из типичных и распространенных оснований для формирования сообществ в социальных медиа. Показано, что специфика пабликов и групп районов Москвы заключается в том, что их формирование проходило в условиях повышенного запроса определенной части жителей города на реализацию социальных проектов и реализации принципа «права на город», а также отсутствия официальной деятельности местной власти на данных информационных площадках, связанного с низким уровнем адаптивности муниципальных структур к коммуникационным инновациям. В данной ситуации представители власти предпочли действовать в сформировавшемся информационном пространстве инкогнито, через посредников, специализирующихся на современных коммуникационных технологиях и имитирующих позицию медиа активистов, сочтя такую ком-

Abstract. The paper is based on the results of an empirical study of media communities (public pages and online groups) of Moscow districts. The study aims at describing the community moderators' practices as well as formal and substantive features of the online publications. Non-standardized (in-depth) interviews and content analysis method are used in the study. One of specific features of Moscow districts' public pages and communities is that they were created due to the increased demand of a group of city inhabitants for the implementation of social projects and the principle of their «right to the city» and also in the absence of official online activities of the local administration resulted from a low level of adaptability of municipalities to innovative communication practices. In this situation, the representatives of authorities prefer to stay incognito in the established communities; they use intermediaries specializing in modern communication technologies and pretending to be media activists and consider this communicative strategy to be more effective so far. The authors describe the main tasks the online communities' moderators have to tackle as well as topics and other features of the published content.

муникационную стратегию на данном этапе более эффективной. Выявлены основные задачи, решаемые модераторами рассматриваемых пабликов и онлайн групп, а также тематические и некоторые другие особенности публикуемого контента.

Ключевые слова: паблики, социальные медиа, медийные сообщества, районы Москвы, контент-анализ, глубинные интервью

Keywords: public pages, social media, media communities, Moscow districts, content analysis, in-depth interview

1. Постановка проблемы и теоретические рамки исследования

Сообщества различных единиц административно-территориального деления — населенных пунктов или отдельных городских районов — формируются и функционируют в различных социальных медиа по всему миру. Данный феномен успел стать привычным, не вызывающим удивление. В то же время, в теоретическом отношении он не такой простой, как может показаться на первый взгляд. Феномен изучается, но не получает должного осмысления, ни в медийном, ни в урбанистическом академическом дискурсе. В данном исследовании мы рассматриваем особенности сообществ районов Москвы на ведущих площадках социальных медиа. Прежде всего, дадим характеристику нашему объекту исследования с позиций современных теорий медиа и коммуникаций.

Прежде всего, отметим, что традиции изучения города уходят к концепциям классической социологии М. Вебера, Г. Зиммеля, Д. Харви, Л. Вирта и др. Наиболее значимыми представляются исследования городского пространства, предложенные двумя крупнейшими школами урбанистики — классической (Чикагской) и неклассической (Лос-Анжелесской). Если представители Чикагской школы особое внимание сосредоточили на проблемах социальной экологии, рассматривая город в качестве лаборатории для изучения социальных взаимодействий, то для представителей Лос-Анжелесской школы город представляется социокультурным образованием, однажды созданным руками человека и затем развивающимся, формирующимся, изменяющимся в процессе функционирования и, в конечном счете, преобразовывающимся с помощью культурных кодов повседневную жизнь горожан. Второй подход как раз и описывает процесс взаимовлияния города и локальных пабликов и тех изменений, которые они актуализируют.

Говоря о современных исследованиях урбанистической среды, обратим внимание на концепт «сетевое города», означающий упрощение коммуникации между горожанами в связи с развитием информационных технологий. Речь заходит о повсеместной «дигитализации» городского пространства, то есть о многостороннем проникновении цифровых устройств и процессов в городскую среду. Городская коммуникация трансформируется из традиционной модели

«центр-периферия» в «сетевую» модель. А. де Соуза-и-Сильва наряду с другими учеными середины 2000-х годов при анализе городского пространства отмечает стирание границ между виртуальной и реальной средой и образование нового гибридного пространства города. Основной причиной произошедшего перехода она считает появление мобильных технологий, то есть «всех устройств, которые обеспечивают подключение к Интернету и обмен информацией между множеством пользователей, в процессе перемещения сквозь городские пространства» [de Souza e Silva, 2006].

Онлайн-сообщества в социальных медиа существуют в двух основных видах. Во-первых, это паблики — сообщества, в которых модератор (или модераторы) имеют возможности размещать обезличенную (точнее, от лица сообщества) информацию. Члены паблика имеют возможность читать и — иногда — обсуждать данные публикации. Во-вторых, это онлайн группы, в которых публиковать и обсуждать материалы могут все зарегистрированные, а иногда и не зарегистрированные пользователи. Модераторы в данном случае устанавливают правила публикации и контролируют их исполнение.

И паблики, и онлайн группы возникают в среде так называемых новых медиа. Уже на ранних этапах развития Интернета был выявлен его высокий потенциал как среды формирования различных сообществ. Важно подчеркнуть, что «цифровые» сообщества изначально не только «клонировали» сообщества, существующие в оффлайне, но и демонстрировали широкие возможности для формирования новых социальных связей. Технологии создания и поддержки онлайн сообществ обсуждались еще в 1990-е гг. (см., например, «культовую» книгу Э. Дайсон [Дайсон, 1998]); о том, насколько данные технологии эволюционировали за полтора десятилетия, позволяют судить работа Д. Бейкона [Bacon, 2012].

С развитием социальных медиа и связанной с ними концепции Web 2.0 не только возрос потенциал Интернета как технологической базы для функционирования онлайн сообществ, но и был сделан ряд важных шагов в его теоретическом осмыслении. Так, Т. О'Рейли сформулировал концепт пользовательского контента (usergeneratedcontent), имеющий принципиальное значение для исследователей современных форм онлайн коммуникаций¹. Среди традиций осмысления трансформирующегося состояния культуры и медиасистем важной представляется теория совместной (participatory) культуры и совместных медиа, развиваемой Г. Дженкинсом и некоторыми другими авторами [Jenkins, 1992; Jenkins et al., 2015]. Важно подчеркнуть, что совместные медиа вовсе не являются феноменом онлайн культуры последних десятилетий; так, А. Экстрем и др. прослеживают их историю от середины XVIII столетия [Ekström et al., 2011].

Если онлайн коммуникации — феномен сравнительно новый, то медиакommunikации локальных сообществ имеют длительную историю и богатую традицию изучения. Среди современных исследователей региональных медиа России выделим О. С. Довбыш [Довбыш, 2016а, 2016б; Dovbysh, 2016], Э. Ержикову и В. Лоури [Erzikova, Lowrey, 2014, 2017], М. С. Шкондина [Свитич, Смирнова, Шкондин, 2017; Шкондин, 2015] и др. Авторы отмечают тесные системные связи, высокий уровень

¹ O'Reilly T. What is Web 2.0? [Электронный ресурс]. URL: <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html> (дата обращения: 13.01.2018)

экономической и политической зависимости современных региональных медиа России от власти.

Если же при рассмотрении изучаемого явления выйти за границы виртуального, то медийный активизм следует признать одной из форм гражданского активизма. С одной стороны, это глобальная тенденция, проявляющаяся в том числе и в России. С другой стороны, здесь важно отметить ряд региональных особенностей. Начало 2010-х гг. ознаменовалось ростом гражданского активизма в политике (о медийных аспектах данного процесса см.: [Oates, 2013; Сменяющаяся НЕреволюция..., 2013; Davydov, Logunova, 2016]). Жесткое противодействие власти повлекло за собой развитие неполитических форм гражданского активизма: благотворительной деятельности, волонтерства, социального предпринимательства и т. д. Каждому из этих направлений посвящено значительное количество исследований. Таким образом, медийную активность мы рассматриваем как один из легальных, доступных форматов гражданской активности.

Рассматривая медийные площадки локальных сообществ в городе, вслед за неклассической школой урбанистики мы определяем последний как социокультурное образование, оставляя за ним право на изменения, частично происходящие благодаря жителям, частично под влиянием трансформаций и развития цифрового общества. Данные изменения приводят к новым формам коммуникации и интеграции жителей, все чаще осуществляемых на цифровых площадках. При этом индивидуальные и групповые пользователи, с одной стороны, получают новые возможности для реализации своих коммуникативных интересов, а с другой стороны, вынуждены адаптироваться к происходящим изменениям социокультурной среды. В России развитие регионального медийного активизма происходит в условиях стремления властных структур различных уровней деполитизировать и контролировать различные формы гражданской активности, а также медийные площадки, которые потенциально возможны открытые гражданские дискуссии.

Согласно административно-территориальному делению, действующему на период проведения исследования, Москва состояла из 125 районов и 21 поселения, объединенных в 12 административных округов. По состоянию на 1 января 2016 г. численность населения столицы России составляла 12330126 человек². При этом численность населения муниципальных образований города варьировалась от 2801 (поселение Роговское Троицкого округа) до 249947 человек (район Марьино Юго-Восточного округа)³.

Существующая система административно-территориального деления города фактически сложилась в 1 половине 1990-х гг.⁴ Наиболее существенное изме-

² Численность населения Российской Федерации по муниципальным образованиям на 1 января 2016 года [Электронный ресурс]. М. : Федеральная служба государственной статистики (Росстат), 2016. URL: http://www.gks.ru/free_doc/doc_2016/bul_dr/mun_obr2016.rar (дата обращения: 13.01.2018).

³ Здесь и далее данные по численности населения муниципальных образований приводятся по состоянию на 1 января 2013 г. См.: Оценка численности постоянного населения Москвы на 1 января 2013 года [Электронный ресурс]. URL: http://moscow.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/moscow/ru/municipal_statistics (дата обращения: 13.01.2018)

⁴ Двухступенчатая система, включающая 10 административных округов, которые в свою очередь делились на муниципальные округа, впервые появилась в Распоряжении мэра Москвы от 12 сентября 1991 года [20]. В Постановлении Московской городской Думы от 5 июля 1995 года муниципальные округа были переименованы в административные районы (См.: Закон «О территориальном делении города Москвы» № 13—47 от 5 июля 1995 г. [Электронный ресурс]. URL: http://www.businesspravo.ru/Docum/DocumShow_DocumID_41840.html (Дата обращения: 13.01.2018)).

нение 2000-х нашло отражение в Законе № 10 от 11 апреля 2012 г. и связано с расширением границ города⁵, изменений в административно-территориальном делении «старой» Москвы данный документ не предусматривает. За два с лишним десятилетия москвичи успели привыкнуть к названиям и границам районов, в которых они проживают и работают.

А. Травин в статье «В сетях городов. Какое будущее ждет локальные социальные сети?» отмечает, что в России в отличие от Запада нет четкой структуризации городского пространства, самоощущения людей себя как жителей городов или районов⁶. Автор выделяет несколько функций районных площадок в социальных медиа; они призваны решить эту проблему на локальном уровне, повысить гражданскую активность и самосознание. М. В. Зеленцов выделяет следующие причины потребления локальных городских медиа: нужда в общении, необходимость обмена информацией, высказывание суждений по социально значимым проблемам [Зеленцов, 2015].

Как это ни парадоксально, крупнейшая региональная медиасистема России, элементами которой являются рассматриваемые нами паблики и онлайн группы — московская — изучена достаточно слабо. Если говорить коротко, московские городские и районные власти имеют значительное количество собственных медийных ресурсов, в том числе, в Интернете. Данные ресурсы используются исключительно для организации коммуникаций, инициатором и одной из сторон в которых выступают городские власти. Эффективно организовать прямые публичные коммуникации между независимыми акторами городского пространства, а также предоставить этим акторам возможность участвовать в формировании повестки дня они не способны. С формальной точки зрения все изучаемые нами сообщества, обеспечивающие данную возможность, являются неофициальными, инициативными проектами граждан, выступающих в данном случае в роли своего рода «медийных активистов». Даже если среди них оказываются представители местной власти (один из таких случаев будет рассмотрен ниже), участие в онлайн группе является их личной инициативой⁷.

2. Описание методики исследования

Исследование, результатам которого посвящена данная статья, было проведено в рамках учебного курса «Новые медиа и цифровая культура», прочитанного ав-

⁵ Закон № 10 «О внесении изменений в Закон города Москвы от 5 июля 1995 года № 13—47 «О территориальном делении города Москвы» [Электронный ресурс]. URL: <http://s.mos.ru/common/upload/10.pdf> (дата обращения: 13.01.2018).

⁶ Травин А. В сетях городов. Какое будущее ждет локальные социальные сети // Частный корреспондент, 2010 [Электронный ресурс]. URL: http://www.chaskor.ru/article/v_setyah_gorodov__15703 (дата обращения: 13.01.2018).

⁷ Фактически ситуация более сложная. В рамках исследования были получены свидетельства, согласно которым отдельные онлайн сообщества централизованно модерировались PR-структурами, связанными с Правительством Москвы, использующим данные коммуникационные площадки для проведения PR-кампаний (например, в поддержку проекта реновации). Некоторые материалы на эту тему есть в открытых источниках (например, на сайте «Лапшеснималочная», раздел которого посвящен «собянинской пропаганде» (см: Лапшеснималочная [Электронный ресурс]. URL: <https://noodleremover.news/> (дата обращения: 13.01.2018)). Оценка качества подобных материалов, равно как и масштабов деятельности аффилированных с городским правительством PR-структур в исследуемых пабликах — задачи, выходящие за рамки нашего исследования. Нам важно зафиксировать коммуникационную стратегию, избранную правительственными структурами в отношении исследуемых медийных площадок, а также тот факт, что она не влияет на приводимые нами общие характеристики данного типа коммуникации.

торами в 2015/16 учебном году в рамках 1 курса магистерской программы НИУ ВШЭ «Социология публичной сферы и социальных коммуникаций» по направлению подготовки «Социология». Реализовано оно было в три этапа.

Задачей первого этапа было понять основные характеристики системы пабликов московских районов. Он включил в себя сбор информации о пабликах 15 районов города в 5 социальных медиа: ВКонтакте (ВК), Одноклассники (ОК), Facebook (FB), Instagram (Inst), LiveJournal (LJ). Таким образом, был проведен цифровой меппинг — выявлены основные ареалы функционирования групп в онлайн-пространстве, определена их насыщенность и разнообразие. При выборе районов для анализа принимались во внимание такие факторы, как принадлежность к тому или иному административному округу, удаленность от центра, численность населения. Из выборки были исключены поселения Новомосковского и Троицкого округов, а также районы Зеленоградского округа. Всего были собраны сведения о 240 пабликах и группах (Табл. 1).

Таблица 1. Сводные результаты сбора информации об онлайн-сообществах 15 районов Москвы в социальных медиа

№	Район	Численность населения	Административный округ	ВК	ОК	FB	Inst	LJ	ВСЕГО
1	Басманный	109215	ЦАО	5	1	2	2	0	10
2	Бескудниковский	76937	САО	14	12	3	2	1	32
3	Дорогомилово	69714	ЗАО	5	2	3	2	2	14
4	Зюзино*	124317	ЮЗАО	11	6	2	2	2	23
5	Кунцево*	145809	ЗАО	2	5	3	5	1	16
6	Марьино Роща*	66418	СВАО	9	1	2	2	2	16
7	Мещанский	58936	ЦАО	8	1	3	3	1	16
8	Перово	140098	ВАО	11	9	2	2	1	25
9	Пресненский*	124947	ЦАО	11	3	4	2	1	21
10	Северное Чертаново*	112799	ЮАО	2	2	3	3	1	11
11	Соколиная гора	88064	ВАО	2	1	1	1	1	6
12	Таганский*	117543	ЦАО	9	0	5	1	1	16
13	Тимирязевский	82837	САО	4	0	1	4	0	9
14	Фили-Давыдково	112377	ЗАО	3	0	3	1	1	8
15	Южное Бутово*	191531	ЮЗАО	2	7	3	3	2	17
ВСЕГО:				98	50	40	35	17	240

* Курсивом выделены районы, отобранные для 2 и 3 этапов исследования.

На втором этапе исследования был проведен контент-анализ публикаций в районных пабликах и онлайн группах. Выборка была сформирована на базе сообществ 7 из 15 районов. Публикации для анализа отбирались случайным образом, при этом для каждого района была задана квота в 200 сообщений. Период анализа был ограничен первым полугодием 2016 г. Сформированная по результатам контент-анализа база данных включает 1402 записи.

Кодирование сообщений производилось студентами в соответствии с разработанным кодировочным заданием. Были зафиксированы авторы сообщений, тематика, время публикации, тип контента, масштаб освещаемого события и т. д.

Третий этап исследования, реализованный параллельно со вторым, состоял в проведении глубинных интервью с модераторами районных онлайн сообществ. Гайд глубинного интервью включал в себя следующие разделы:

- медийные интересы и медиапотребление респондентов;
- районный паблик респондента и практика его модерирования;
- отношение респондента к району, которому посвящен паблик.

Интервьюерам разрешалось брать интервью как лично, так и через программу Интернет-телефонии Skype. Средняя продолжительность интервью составила 40—45 минут. Всего за период с 28 мая по 17 июня 2016 г. было проведено 13 интервью с модераторами пабликов в 5 районах: Зюзино, Марьино Роща, Пресненский, Таганский, Южное Бутово. Из 14 респондентов⁸ 11 — мужчины, 3 женщины. Возраст опрошенных находится в диапазоне от 18 до 35 лет, в среднем — 28 лет. Род занятий различный: это и учащиеся вузов, и предприниматели, и бюджетники, и представители государственной власти. Образование у всех неполное высшее или высшее, у некоторых — два или даже три диплома. Большинство пабликов — 10 — зарегистрированы в ВКонтакте, 2 представляют Facebook, 1 — Instagram.

3. Результаты анализа публикаций в исследуемых группах

Медийные площадки и модераторы

Московские районы весьма разнообразны в социально-экономическом, демографическом, историко-культурном и др. отношениях. Нельзя не отметить и определенное своеобразие в области информационно-коммуникационных процессов, которое выражается, помимо прочего, в уникальной системе онлайн сообществ. Действительно, конфигурация пабликов онлайн групп в каждом из районов города можно признать уникальной. В рамках разобранных кейсов число варьируется от 6 до 32, причем взаимосвязь между числом сообществ и численностью населения района не выявлена (см. Рис. 1).

Вновь обратим внимание на Табл. 1, на этот раз акцентировав внимание на распределение сообществ среди социальных медиа (Табл. 1). Отметим, что наибольшее количество пабликов и онлайн групп представляют наиболее популярную среди москвичей социальную сеть ВКонтакте — 98 из 240 (то есть, 40,8%), в ней представлены все районы и есть возможность выбрать наиболее интересную группу — до 14 вариантов на один район. Следующая по популярно-

⁸ Одно из проведенных интервью — парное.

сти сеть — Одноклассники. В ней сообществ зафиксировано в два раза меньше, но есть районы, которые совсем не представлены (например, Фили-Давыдково, Таганский и Тимирязевский). Facebook занимает третье место и имеет самое равномерное распределение по районам, в отличие от Instagram, в отношении которой наблюдаются значительные диспропорции. Районами-лидерами с визуальными контентом стали Тимирязевский и Кунцево, это можно объяснить большими парками, которые часто фотографируют.

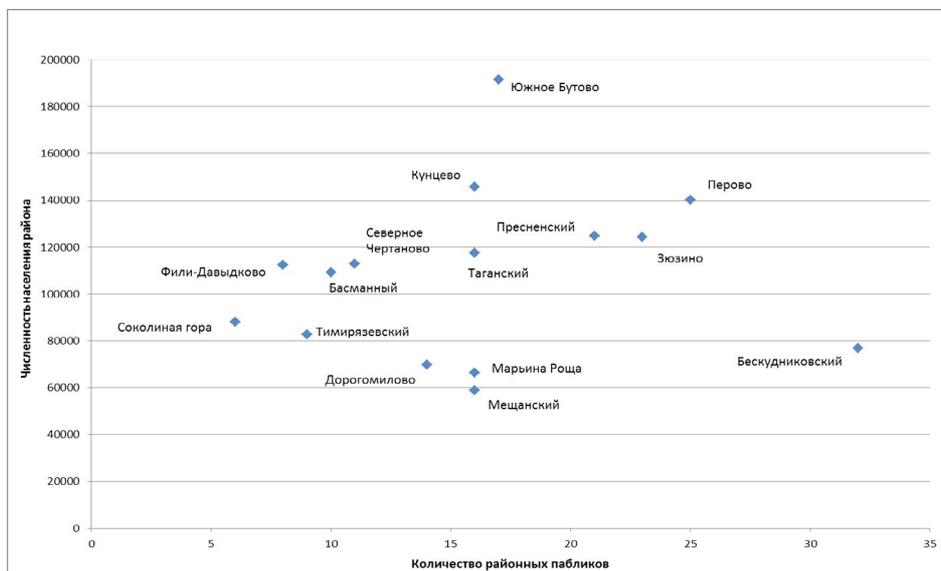


Рисунок 1. Исследуемые районы Москвы в условном пространстве «численность населения — количество онлайн сообществ»

В целом, по набору площадок можно говорить о функциях, которые социальные медиа реализуют в районе — информационную, коммуникационную, развлекательную или общественную, которую М. В. Зеленцов описывал как потребность в высказывании на социально-значимые темы. Рассмотрим их более подробно после анализа контента сообществ.

В некоторых случаях сообщество создается на какой-либо одной платформе, однако достаточно распространены случаи, когда оно существует одновременно на нескольких платформах, чаще всего представлены все социальные сети. В последнем случае акцент делается на одной-двух площадках, на которых происходят основные дискуссии, остальные используются преимущественно в качестве дополнительных каналов распространения информации. Чаще всего посты дублируются без изменений и целью разнообразия является привлечение большей аудитории.

«У нас есть аккаунт в Инстаграме. Есть в ВКонтакте. Есть в Фейсбуке и в Твиттере. В Твиттере постольку, поскольку он есть, туда надо что-то постить, я им не занимался особо. Просто копирую то, что делаю ВКонтакте, с коротким текстом, просто, чтоб было». (Таганский)

«У нас наоборот, Твиттер — самый главный, там 1000 человек нас читают. Ну и Твиттер — он больше подходит для тусовки политически активной, там вся жизнь происходит. ... Это еще конечно с Навального пошло. У нас кстати есть ЖЖ, мы его захватили ... А в ВК просто группа сначала была как дополнение, тут другой формат».
(Зюзино)

История создания группы — важный этап при понимании его дальнейшей деятельности. В интервью модераторы обозначили два основных способа. Первый и распространенный представляет собой модель стихийного формирования группы подписчиков на базе интереса к районной информации. Альтернативный вариант был реализован, когда пользователи собирались вокруг определенной общественной либо политической позиции или задачи локального уровня. Это в дальнейшем определяло тематическое наполнение того или иного медиа.

В зависимости от площадок и выбранного контента, можно выделить несколько направлений активности. Во-первых, это информационная деятельность, направленная на удовлетворение интересов людей, проживающих в том или ином районе.

«Именно не какой-то развлекательный контент, какие-то шутки там, какие-то юморы, а именно сухо по предметам, которые именно касаются сегодня людей, не подростков, а взрослых людей, как их решать эти проблемы, что делать... Самый простой, доступный, один из самых дешевых способов донесения информации».(Марьяна роща)

Во-вторых, это решение задач общественно-политического характера, реализация вовлекающей, интегративной функции медиа на уровне района. Чаще речь идет о совместном решении социальных задач в интересах жителей района. Политический активизм встречается реже. В таких случаях речь идет не столько по поддержке каких-либо партий или движений, но о развитии политической инфраструктуры, в целом, например, за счет деятельности наблюдателей на выборах.

«Общественной деятельностью мы занялись в начале 2012 года, ну в конце 2011 все ходили на митинги, были наблюдателями и в 2012 как раз началось: и первые группы сделали, там у нас были муниципальные выборы ... Ну в общем такие реальные проблемы. Просто в первую очередь рассказываем людям о них, во-вторых как то их вовлекаем, чтобы они сами что то предлагали и делали». (Зюзино)

В-третьих, существуют группы, за созданием которых стоит личная история. Это примеры того, как частная медиакоммуникационная деятельность, направленная на узкий круг адресатов, перерастает в качественно более масштабный, востребованный ресурс.

«Группу «Красная Пресня» создала моя сестра. Это было очень давно, тогда мы только зарегистрировались во ВКонтакте и так получилось, что группы нашего района не оказалось, поэтому мы её сделали сами. В дальнейшем туда начали добавляться наши друзья а потом мы были шокированы, что группа стала такой популярной».
(Пресненский)

Таким образом, мы видим разные стратегии представления района. Несмотря на общую цель проинформировать и сплотить жителей района вокруг места проживания, в каждом случае сообщество приобретает свое «лицо» в зависимости от направленности модератора и активности подписчиков. Вне зависимости от стратегии можно говорить о том, что участники сообществ занимаются реализацией своего «права на город». Данный термин, предложенный в 2006 г. Д. Харви,

подразумевает «активное право на преобразование города в соответствии с нашими сокровенными желаниями и преобразование себя самих по иному образцу» [Harvey, 2006]. Это право разделяется всем обществом и носит активный характер, то есть подразумевает не просто обладание им, а некие действия и реальные перемены. Право на город не может быть ущемлено, только лишь собственная пассивность горожан идет в ущерб реализации этого права.

Перейдем к рассмотрению контента, размещаемого в районных онлайн сообществах, а также практик их модерирования.

Публикуемый контент

Тип коммуникации в группе зависит от платформы, на которой она создана. Для «Живого журнала», Facebook «Одноклассников» характерно преобладание публикаций, авторство которых принадлежит рядовым пользователям групп (92,3 %, 72,6 % и 67,8 % соответственно). В Insragram публикации делаются от имени модератора, в ВКонтакте публикации от имени модераторов преобладают (65,5 % против 32,5 %). Если смотреть по выборке в целом, на долю модераторов приходится 62,1 % записей, на долю рядовых пользователей — 36,7 % (еще в 1,2 % случаев авторство не определено). Таким образом, мы видим, что тип площадки задает тенденции работы с ней.

Таблица 2. Соотношение записей модераторов и рядовых пользователей (n = 1402,%)

	Модераторы	Рядовые пользователи	Не определено
ВСЕ	62,1	36,7	1,2
ВК	65,5	32,5	0,0
ОК	19,5	67,8	19,7
Fb	27,0	72,6	0,4
Inst	94,2	0,0	5,8
Ц	0,0	92,3	7,7

Соотношение пользовательских и модераторских записей отличается в зависимости от района. Наибольший показатель доли записей модераторов — в Марьиной роще (94,0 %) и Южном Бутово (67,5 %) и на Таганке (68,0 %). Это говорит о том, что актуализируется информационная функция, паблик становится распространителем информации локального значения, а жители лишь его потребляют. Хотя есть возможности для публикации и собственного контента и есть небольшая инициативная группа, которая готова поддержать модератора.

«Есть, да, есть активные люди, они мне помогают вести группу. Есть инициативная группа, и есть люди, которые помогли в работе... если понадобится, то да, будут ещё привлечены люди к работе». (Марьиная Роща)

«Нет, участники группы могут свободно там высказываться на стене, в сообщениях». (Таганский)

По величине доли пользовательских публикаций лидируют Пресненский район (54,0%) и Зюзино (49,8%). Эти группы демонстрируют высокий пользовательский потенциал и включенность жителей в работу публика. Это может воплощаться в сообщениях рекламного характера или размещения визуального контента в Instagram, но в любом случае активно используется принцип «свободного диктафона».

«Периодически мы, конечно, чистим откровенный спам, но нас не пугает, что стена выглядит как доска объявлений». (Зюзино)

«У меня есть настроение, у меня есть тема какая-то, которую я могу сейчас использовать, я её использую, пишу об этом. Бывает такое, что у меня всяких сразу много тем рождается. Я напишу об одном, потом это сохраняю, и дальше, через некоторое время, могу написать о другом, по другой теме». (Красная Пресня)

Поскольку в группах заявлена локальная тематика, было бы логично ожидать, что именно она будет доминировать в размещаемом контенте. Так оно и происходит. Более половины текстов имеют районную тематическую привязку, еще 8,8% относятся к нескольким районам одновременно. Значительную роль играет городской контент, на его долю приходится одна из пяти публикаций. Всем это говорит о реализации основной функции во всех анализируемых районах — информировании о новостях местного сообщества — это могут делать и модераторы и сами жители, но реализация этой функции обеспечивает функционирование группы в целом. Другие функции являются дополняющими (Рис. 2).

«Я пишу, когда я нахожу специально там, интересные общегородские новости, да, или получаю по каким-то особым каналам районные именно новости... ..рекламы нету вообще, и не было никогда в нашей группе». (Таганский)

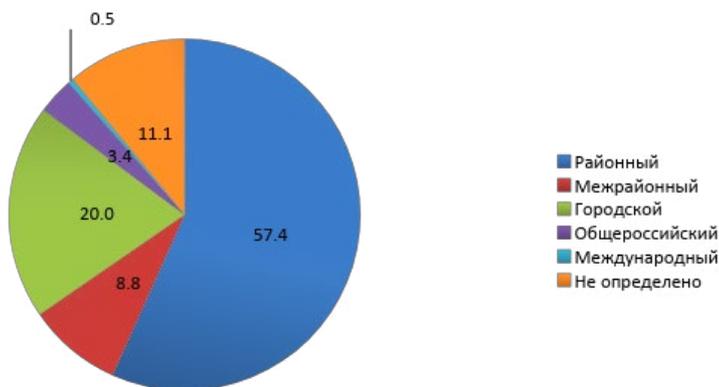


Рисунок 2. Масштаб событий в публикациях, % (n = 1402)

Что за контент публикуется? В рамках контент-анализа были в рамках категории «Тематика» были предложены основные варианты, но полностью покрыть сообщения не удалось, возникли трудности классификации публикуемого контента о чем свидетельствует тот факт, что позиция «Другое» занимает весьма значительную долю от общего числа публикаций — 37,2%. При этом в Марьиной роще доля таких публикаций составляет более половины — 51,5%.

Таблица 3. Распределение публикаций по типам, % (n = 1402)

	ВСЕ	Зюзино	Кунцево	Марьиная роща	Пресня	Северное Чертаново	Таганка	Южное Бутово
Знакомства	0,6	1,0	0,5	0,5	0,0	0,5	0,0	2,0
Реклама	21,6	28,3	12,7	11,5	37,0	33,5	9,5	18,5
Новость	38,2	27,8	51,8	42,5	39,5	50,0	27,0	29,0
Консультация	2,8	7,8	3,6	1,0	1,0	0,5	4,5	1,0
Жалоба	7,0	2,9	6,1	2,0	1,5	11,0	12,5	13,0
Купи-продай	2,9	1,5	0,0	0,5	12,0	3,5	0,0	3,0
Бюронаходок	1,9	0,0	0,0	1,5	2,0	4,0	1,0	4,5
Поиск людей	1,1	2,4	0,5	0,0	2,5	0,5	1,5	0,5
Другое	37,2	42,0	36,0	51,5	24,5	13,0	49,5	44,0

Табл. 3 демонстрирует лидеров контента — это новости и реклама, в большинстве случаев локального масштаба. Таганка и Южное Бутово активно использует онлайн площадки для жалоб, а Зюзино для объявлений типа «купи-продай» (12 %).

«То есть поэтому (преобладают) общегородские, обще районные (новости), ну и какие-то вот такие бытовые просьбы там «пропал» или там «продаю», «обменяю», «сфотографирую», но не реклама, рекламы нет. Также собирались подписи, активность генерировалась, уже переходящая реальная активность в митинги.люди действительно кооперируются через группу». (Таганский)

Выбор тем происходит стихийно, ситуативно, за исключением онлайн сообществ, изначально созданных для продвижения определенной общественной позиции.

«Когда есть материал какой-то, то публикуется материал, вот, собственно работа с пабликом именно в рамках публикации нового материала». (Марьиная Роща)

«Контент еще отличается тем, что мы очень сильно ругаем мэрию, когда она что-то плохо делает или главу управы, который тоже с нами вынужден общаться, с Костей». (Зюзино)

Таким образом, мы в очередной раз находим подтверждения функциональной составляющей районных пабликов, где помимо явных функций информирования и коммуникации, подключаются и латентные функции — общественно-политическая и развлекательная.

Модераторы и принципы их работы

Рассмотрим непосредственно модераторов и практики их работы с каналом. Для всех характерно наличие какой-либо связи с районом, сообществом которого они управляют. Некоторые прожили в нем всю или значительную часть жизни, и уезжать не собираются. Для других это родной район, связь с которым ослабла (например, из-за проживания за городом или временного проживания за границей), однако сохраняется благодаря контактам с родственниками, друзьями и т. д., а также эмоциональной привязанности и воспоминаниям. Третьи приехали

в Москву несколько лет назад из другого региона и поселились в этом районе; таким образом, ведение районного сообщества может использоваться мигрантами как средство адаптации в новом месте жительства. Четвертые в районе не проживают, но работают.

Респондентов также объединяет то, что можно назвать высокой социальной активностью. Практически все имеют плотный график, при этом находя время для хобби и увлечений. Среди последних часто фигурируют спорт, фитнес, активные виды досуга. Высок интерес к культурной жизни города (выставки, концерты, публичные лекции и т. д.). Модерирование сообществ, таким образом, является для опрошенных значимым, рационально обоснованным видом деятельности, встроенным в повседневность.

«Работаю в свободном режиме. Там такая задача у модераторов всегда — довольно комфортное пространство создавать, не допускать каких-то оскорблений».
(Таганка)

В центре медийных интересов респондентов находится Интернет. Активными пользователями являются практически все. Характерна работа с большим числом социальных медиа. Однако, если одни респонденты ведут личные аккаунты, то другие признаются, что на собственную активность сетевую у них не остается времени. Как правило, в распоряжении модераторов есть линейка онлайн устройств, с которыми они работают в различных ситуациях. При этом все подчеркивают значимость мобильного телефона или смартфона как инструмента, достаточно удобного и практически всегда доступного.

«В основном, это ВКонтакте. <...> Ещё со школы, а школу я закончила давно. <...> Наверное, лет 10. <...> Я сижу в Одноклассниках, потому что там у меня сидит мама, и я выкладываю там свои фотографии, и она очень радуется, внучку свою смотрит там. У меня есть Twitter, но я туда отдельно не захожу, у меня идёт перепост с ВКонтакте. Из Контакта у меня перекидывается на Twitter и Facebook, тоже сижу. В Instagram очень активно. <...> Я во ВКонтакте пишу прям посты какие-то, больше информации. А в Instagram всё такое: фотографии...» (Красная Пресня)

Что касается отношения к «традиционным» каналам коммуникации, здесь ситуация различная. Некоторые характеризуют себя как вовлеченных телезрителей и радиослушателей, другие предпочитают получать всю информацию через Интернет, включая контент ТВ или печатных СМИ.

«Телевизора нет у меня вообще дома, отдал его друзьям, специально, чтобы не смотреть, потому что там мало полезной информации. Информацию по радио слушаю, у меня в машине всегда радио какое-нибудь музыкальное, новости, все дела. Но, в основном, конечно, информацию получаю из Интернета, это соцсети и различные сайты».
(Марьяна Роца)

В целом, практики модерации достаточно простые, если не сказать — примитивные. Модераторы понимают, что ключевыми преимуществами онлайн коммуникации являются оперативность и мобильность, и стараются их использовать. Некоторые агрегируют информацию, связанную со своим районом, из разных источников. При этом отмечается важность адаптации контента к платформе — хотя бы на минимальном уровне. Другие работают над общим стилем группы (таковы, например, паблики «ТаганскийФох» или «Лампадная группа»).

«Я решил сделать лисий стиль. У меня есть мультипликационный персонаж, бумажный, которого можно сфотографировать в любом месте, чтобы обозначить, что я присутствовал где-то. Ставлю хэштег «лис одобряет»». (Таганский)

Среди опрошенных имеется консенсус по поводу недопустимости оскорблений по отношению к участникам дискуссии, следить за «гигиеной общения» — признанная задача модераторов. Однако, в основном, более глубоко прорабатывать правила общения модераторы не готовы, да и не видят в этом необходимости.

«...когда ты выкладываешь фотографии через Инстаграм, она тут же дублируется Вконтакте, и так далее. Соответственно время минимальное количество. То есть без отрыва от производства, что называется, занимаемся мы этим». (Марьяна Роцца)

«По времени не знаю... Просто я смотрю ленту новостей, на что подписан, ищу по слову Зюзино, что то ретвичу. Иногда мы создаем поводы, костя или я пишем посты. Просто скидываем ссылки на интересные вещи». (Зюзино)

Если рассматривать публикации по времени размещения, пик активности приходится на период с 15:00 до 18:00. В это время выходят 22,7 % публикаций. После этого начинается спад числа публикаций. Минимальная активность авторов приходится на время с 3:00 до 6:00 утра — 1,1 % сообщений (см. Рис. 3).

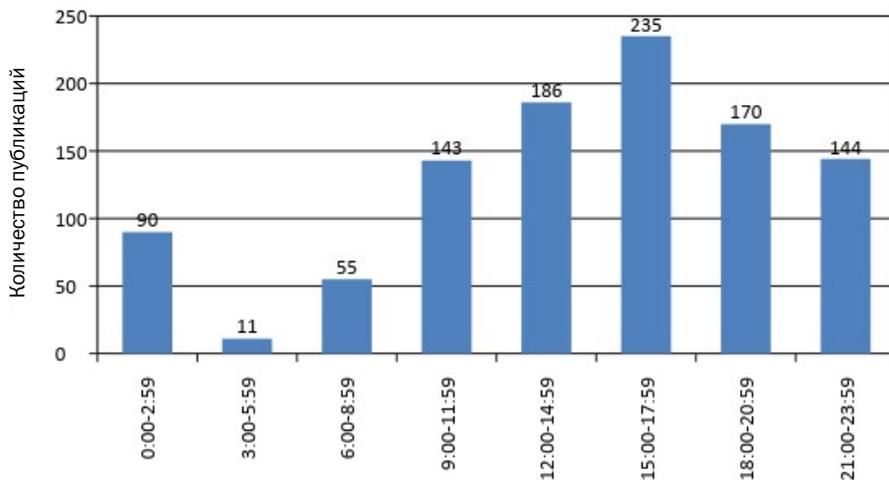


Рисунок 3. Распределение публикаций в течение суток по трехчасовым временным интервалам, абс. (n = 1034)

Таким образом, функции модератора районного онлайн сообщества довольно широкие. Прежде всего, они включают в себя традиционные редакторские функции. Это обеспечение контентного наполнения пабликов — равномерного по времени и интенсивности сообщений. Сюда же относится фильтрация — проверка публикуемого пользователями контента на предмет соблюдения определенных правил и, при необходимости, его чистка. Далее, модераторы берут на себя решение задач, связанных с управлением онлайн сообществом (привлечение новых членов, минимизация процесса выхода из сообщества, повышение коммуника-

ционной активности членов). В отдельных случаях они занимаются монетизацией своей медийной площадки, привлекая платный контент. Не будем также забывать, что модераторы часто выступают в роли авторов размещаемых публикаций.

Заключение

Районы крупных населенных пунктов представляют собой одно из типичных и распространенных оснований для формирования сообществ в социальных медиа. Специфика пабликов и групп районов Москвы заключается в том, что их формирование проходило в условиях повышенного запроса определенной части жителей города на реализацию социальных проектов и реализации принципа «права на город», а также отсутствия официальной деятельности местной власти на данных информационных площадках, связанного с низким уровнем адаптивности муниципальных структур к коммуникационным инновациям. В данной ситуации представители власти предпочли действовать в сформировавшемся информационном пространстве инкогнито, через посредников, специализирующихся на современных коммуникационных технологиях и имитирующих позицию медиа активистов, сочтя такую коммуникационную стратегию на данном этапе более эффективной.

В некоторых случаях создание сообщества в социальной сети стало инструментом коммуникации и интеграции для реализации указанных выше задач. В других случаях районное онлайн сообщество следует рассматривать в качестве самодостаточного проекта. Отдельные паблики и группы имеют свой выраженный и строго определенный формат, однако, в целом, для сообществ характерна многофункциональность, которая в некоторых случаях становится едва ли не базовым правилом их существования.

Система онлайн сообществ в каждом районе имеет уникальные характеристики. Цели их создания вариативны, чаще всего они носят информационный или общественно-политический характер. Хотя некоторые модераторы и задумываются о возможностях монетизации своего ресурса, проекты в своей основе носят некоммерческий характер. Практика модерирования носит факультативный характер и совмещается с основной трудовой и (или) социальной деятельностью, равномерно распределена в течение дня. Тематика групп, в основном, формируется стихийно, однако были выявлены и целевые сообщества, направленные на организацию определенных видов активности и решение конкретных задач.

Результаты исследования свидетельствуют о том, что паблики и онлайн группы столичных районов в середине 2010-х могут рассматриваться в качестве простейших форм совместных региональных медиа, независимых от власти, востребованных аудиторией и имеющих потенциал для дальнейшего развития.

Список литературы (References)

Дайсон Э. Жизнь в эпоху Интернета: Release 2.0. М. : Бизнес и компьютер, 1998.
Dyson E. (1998) Release 2.0: A design for living in the digital age. М.: Business&Computer. (In Russ.)

Довбыш О. С., Гудова Е. А. Государственные информационные контракты и их значение для медиарынков российских регионов // Мониторинг общественного

мнения: экономические и социальные перемены. 2016а. № 6. С. 156—174. <http://doi.org/10.14515/monitoring.2016.6.08>.

*Dovbysh O. S., Gudova E. A. (2016a) Government information contracts and their importance for Russian regional media markets. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 6. P. 156—174. <http://doi.org/10.14515/monitoring.2016.6.08>. (in Russ.)*

*Довбыш О. С. Встраивание «новых медиа» в структуру регионального медиарынка России: политэкономический подход // В кн.: XVI Апрельская международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества : в 4 кн. / отв. ред. Е. Г. Ясин. Кн. 3. М. : Издательский дом НИУ ВШЭ, 2016b. С. 373—381. *Dovbysh O. S. (2016b) Integration of «new media» into the structure of the regional media market in Russia: a political economy approach. In: XVI April International Academic Conference on Economic and Social Development. M.: HSE Publishing House. P. 373—381. (in Russ.)**

Зеленцов М. В. Городские медиа: условия функционирования // Theoretical and Practical Issues of Journalism. 2015. Vol. 4. No. 3. P. 262—272. DOI: 10.17150/2308-6203.2015.4(3).262-272.

*Zelentsov M. V. (2015) Urban media: operating conditions. *Theoretical and Practical Issues of Journalism*. Vol. 4. No. 3. P. 262—272. DOI: 10.17150/2308-6203.2015.4(3).262-272. (In Russ.)*

Свитич Л. Г., Смирнова О. В., Шкондин М. В. Газеты и журналы в медиасистеме городов-миллионников: социологическое исследование // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2017. № 5. С. 3—29.

*Luisa G. Svitich, Olga V. Smirnova, Mikhail V. Shkondin. Newspapers and Magazines in the Media System of Million Cities: a Sociological Study. *Moscow University Journalism Bulletin. Series 10. Journalism*. 2017. No5. P. 3—29. (In Russ.)*

Смеющаяся НЕреволюция: движение протеста и медиа (мифы, язык, символы) / под ред. А. Г. Качкаевой. М. : Фонд «Либеральная Миссия», 2013.

Kachkayeva A. G. (ed.) (2013) Laughing non-revolution: protest and media movement (myths, language, symbols). M.: Liberal Mission Foundation.

Шкондин М. В. Медиакартина современности в региональной прессе / в сб.: Наследие Ю. И. Селезнева и актуальные проблемы журналистики, критики, литературоведения, истории Материалы первой Международной научно-практической конференции. 2015. С. 312—318.

Shkondin M. V. (2015) The picture of the modern Media in the Regional Press. In: The heritage of Yu. I. Seleznev and topical problems of journalism, criticism, literary criticism, history Materials of the first International Scientific and Practical Conference. P. 312—318.

Bacon J. (2012) The Art of Community. 2nd edition. Sebastopol, CA: O'Reilly Media.

*Davydov S. G., Logunova O. S. (2016) The Representation of the Federal Elections of 2011 and 2012 in Russia by the Major National Television Channels. *Communications. Media. Design*. No. 1. P. 69—87.*

de Souza e Silva A. (2006) From Cyber to Hybrid: Mobile Technologies as Interfaces of Hybrid Spaces. *Space&Culture*. Vol. 9. No. 3. P. 261—278. <https://doi.org/10.1177/1206331206289022>.

Dovbysh O. (2016) State informational contracts as a mechanism of control on regional media markets in Russia. In: *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*. P. 63—86.

Ekström A., Jülich S., Lundgren F., Wisselgren P. (eds.) (2011) *History of Participatory Media*. New York: Routledge.

Erzikova E., Lowrey W. (2017) Russian Regional Media. Fragmented community, fragmented onlinepractices. *Digital Journalism*. Vol. 5. No. 7. P. 919—937.

Erzikova E., Lowrey W. (2014) Preventive journalism as a means of controlling regional media in Russia. *Global Media and Communication*. Vol. 10. No. 1. P. 35—52. <https://doi.org/10.1177/1742766513513193>.

Harvey D. (2006) The Right to the City. In: *Divided Cities: The Oxford Amnesty Lectures 2003* / Richard Scholar (ed.) Oxford: Oxford University Press. P. 83—103

Jenkins H. (1992) *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. New York: Routledge.

Jenkins H., Ito M., Boyd D. (2015) *Participatory Culture in a Networked Era: A Conversation on Youth, Learning, Commerce, and Politics*. Cambridge: Polity.

Oates S. (2013) *Revolution Stalled: The Political Limits of the Internet in the Post-Soviet Sphere*. New York: Oxford University Press.

НЕФОРМАТ

DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.11

Правильная ссылка на статью:

Герасимова А. В. Об одной специфической практике: отзывы на книги в интернете // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 1. С. 222—234. DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.11.

For citation:

Gerasimova A. V. The process of reading in the Internet as a special way of reading. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. 2018. № 1. P. 222—234. DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.11.



А. В. Герасимова

ОБ ОДНОЙ СПЕЦИФИЧЕСКОЙ ПРАКТИКЕ: ОТЗЫВЫ НА КНИГИ В ИНТЕРНЕТЕ

ОБ ОДНОЙ СПЕЦИФИЧЕСКОЙ ПРАКТИКЕ: ОТЗЫВЫ НА КНИГИ В ИНТЕРНЕТЕ

THE PROCESS OF READING IN THE INTERNET AS A SPECIAL WAY OF READING

ГЕРАСИМОВА Анна Владимировна — аспирант Отделения русской и славянской филологии Тартуского университета, Тарту, Эстония.

E-MAIL: gghera2001@gmail.com
ORCID: 0000-0002-8423-1927

Anna V. GERASIMOVA¹ — PhD Student
E-MAIL: gghera2001@gmail.com
ORCID: 0000-0002-8423-1927

¹ Department of Russian and Slavic Philology, University of Tartu, Tartu, Estonia

Аннотация. В статье рассматривается чтение в интернете как особый вид чтения и читательские практики, связанные с ним: написание рецензий, литературные игры. Автор рассматривает чтение в интернете в русле предыдущих исследований и выделяет новый его вид — активное хобби, сопровождаемое соревнованиями между читателями. Длительная подавляющая

Abstract. The article dwells on the process of reading in the Internet as a special way of reading and on particular practices linked to this way of reading such as writing reviews and playing with literary texts. The author focuses on the Internet reading in the tideway of previous studies and regards this type of reading as an active hobby with competitions between readers. For a relatively

легитимация единственно возможного прочтения со стороны обличенных властью была подорвана интернетом, где высказаться может каждый. И дело не в том, что раньше не было высказываний наивных читателей, но, во-первых, никогда прежде их не было так много, а во-вторых, большая часть таких высказываний была инспирирована извне исследователями или педагогами, а часто и подавлялась ими. Сейчас же мы имеем дело с высказыванием, к которому ничто не вынуждает, над которым не стоит никакая институция.

Ключевые слова: читательские отзывы, практики чтения, чтение в интернете

long time, there has been the only way of interpreting literature, the one preferred by authorities. Today, the Internet undermines this practice and everyone has the right to express their own opinion. Certainly, there were previously cases of naïve readers' opinions expressed publicly, but they were not frequent. Then, they were mostly provoked from outside by researchers or teachers and sometimes even managed by them. Now, we deal with cases when people express their opinion when nobody makes them to do it and when there is no institution regulating these opinions.

Keywords: reader's reviews, reading practices, reading on the internet

Чтобы вообще существовать, история чтения должна решительно размежеваться с историей того, что читают.

Роже Шартье

Пока филологи исследуют тексты, историю и обстоятельства их написания, читатели живут совершенно другой жизнью. Люди читают совершенно другие книги — не те, что рекламируются, и не те, что мы привыкли изучать в университете, и даже не те, что получают премии. Люди создают библиотеки из тех книг, о которых мы ничего не знаем, собираются в сообщества фанатов книги, имя автора которой заставит филолога, даже занимающегося современной литературой, недоуменно поднять бровь: а что, разве бывают русские (скандинавские, чилийские) романы?

Разрыв между информацией и эстетическим ответом на нее становится все шире (ср. [Agamben, 1970]), тексты все менее явно отражают реальность, порог вхождения в них повышается. Что в это время происходит с читателями и не пора ли нам посмотреть на чтение как на продуктивную деятельность [Humphreys, 2013], процесс взаимодействия, иногда игрового¹, читателя с текстами?

Чтобы хоть немного понять, как выглядят читательские сообщества, для начала придется обратиться не к практике, а к составляющим сообщество читателям.

Какие бывают читатели?

Описывая читательские практики в целом, имеет смысл двигаться от наименьшего владения навыком к наибольшему по всем промежуточным ступеням. Роже

¹ Об этом упоминается в статье: Герасимова А. «Гоголю советов не давал»: к методологии изучения наивного рецензента [Электронный ресурс] // Русская филология 28. Сборник работ молодых филологов. 2017. URL: <https://go.gl/bWXuxz> (дата посещения: 10.02.2018).

Шартье в статье *Laborers and Voyagers*, отчасти предвосхитившей последующие исследования чтения, в том числе и его собственные, пишет: «Основное, но грубое различие между грамотным и неграмотным не исчерпывает всех возможных различий... Существует большой разрыв между самым умелым читателем и самым неумелым — тем, кто вынужден читать вслух, чтобы понимать прочитанное, и кто справляется только с некоторыми текстовыми или печатными формами» [Chartier, González, 1992].

Взяв за основу это его наблюдение, попробуем кратко обрисовать предположительные ступени на этом пути.

Читатель может быть совсем неграмотным: в этом случае будет работать так называемая вторичная грамотность [История чтения в Западном мире..., 2008], то есть он может слушать чье-то чтение. Практика чтения вслух, распространенная в небольших общинах вплоть до середины прошлого века, сейчас в городской культуре стран с высоким уровнем развития, вероятно, осталась только в виде чтения детям.

Следующая ступень — читатель, умеющий разбирать небольшие текстовые формы (чаще всего не книжные — это могут быть объявления, заголовки, вывески). Далее — умеющий читать знакомые/несложные тексты. Далее — умеющий читать книги (навык письма при этом необязателен, хотя в современных условиях письмо и чтение практически объединены²):

- умеющий читать сложные тексты и владеющий навыком письма (однако навык существует не в свободной форме, в основном для создания текстов по образцу — официальных заявлений, писем и проч.);
- умеющий писать еще и отзывы на тексты (осмыслять, интерпретировать и т. д.).

Так или иначе этот путь проходит любой, кто учится читать, разница лишь в том, на каком этапе он остановится. Однако чтению как навыку тоже было свойственно меняться диахронически.

Как отмечал Роже Шартье, «новые читатели читают иначе, чем их предшественники» [Chartier, González, 1992]. Сама книга, по его мнению, меняется, когда меняются способы ее читать — начиная от того, как исчезает обязательное устное проговаривание текста — к чтению вполголоса (*demi-voix*) и, наконец, исключительно визуальному чтению.

Филогенез, однако, повторяется в онтогенезе: дети, учащиеся читать, как правило, сначала читают вслух. Но даже и те, кто владеет навыком, в условиях, требующих повышенного напряжения (внешние шумы, текст на иностранном языке, высокая ситуативная важность информации) будут артикулировать прочитанное с той или иной степенью отчетливости, от беззвучной артикуляции до буквального чтения вслух³.

Нас интересует последний из перечисленных типов читателя. Помимо того, что в массовой форме он — порождение последних ста лет, наблюдения за полем

² Ср. с биографиями крестьян коммуны «Майское утро» — большинство умеет подписываться и считать, но навыком чтения владеют слабо и т. д.

³ Интервью, в котором мы задавали такой вопрос, эту гипотезу подтверждают. Это также легко заметить в аэропортах: люди, стоящие у табло, часто произносят вслух направление рейса, время и номер выхода.

показывают, что условия его практик довольно однородны⁴. Но сами практики меняются: например, широко стали распространены аудиокниги — в отличие от прежних времен, когда это почти однозначно была опция для детей, не умеющих читать. Это — пример изменения практики во времени, есть примеры изменений и в пространстве: в российских городах, за исключением Москвы и Петербурга, редко принято читать в транспорте, эта практика маркируется как непривычная — не только условиями осуществления (малые расстояния, неудобный транспорт), но и самими субъектами.

Читательская ситуация, условия чтения, приемлемость той или иной практики также очевидным образом будут интересовать нас при изучении чтения. Исследователи из Уральского федерального университета [Назарова, Спиридонов, 2012] обозначили совокупность таких условий в сочетании с функциональной спецификой литературного жанра (авторы пишут о «массовой» и «интеллектуальной» литературе) как «стратегию чтения». Иными словами, функции чтения в сочетании с условиями чтения порождают, по мнению исследователей, стратегию чтения.

Условия чтения включают не только пространство, но и время чтения, и здесь наши наблюдения неожиданно совпадают с отмеченным Дженис Рэдзэй стремлением женщин читать потому, что «это время только для меня»⁵. Чтение по-прежнему осмысливается как практика, для которой необходимо и желательно выделять некоторое особое время. В нашем распоряжении оказалось описание такого случая: одна из активных пользовательниц сети LiveLib очень хотела прочесть роман Донны Тартт «Щегол». Книга эта объемная, женщина не хотела читать ее урывками или делить на части, но семейные дела и маленькие дети этому мешали. Так что она откладывала чтение несколько месяцев, чтобы иметь возможность уехать одной на дачу в выходные и там спокойно предаться любимому занятию⁶. Это, конечно, крайнее выражение концепции «отдельного времени», но за любым крайним выражением стоит спектр явлений, направленных в сторону этого крайнего выражения.

Разница, как мы видим, существует не только между читателями, но и между формами чтения, конвенциями чтения для каждого конкретного сообщества, между ожиданиями и интересами разных читательских групп, наконец. Эти факторы управляют практикой чтения, и, соответственно, читатели, принадлежащие к разным группам, будут читать один и тот же текст по-разному.

Что читатели любят и чего не любят

Рассматриваемые нами читатели читают в том числе для того, чтобы написать рецензию и/или обсудить прочитанную книгу. Для этого они обращаются к некоторому ресурсу в интернете. Это может быть сайт, посвященный отзывам вообще (отзывы на книги — не редкость на сайтах потребительских отзывов, причем это

⁴ Личное сообщение одного из представителей администрации сети LiveLib: читатели однозначно предпочитают бумажные книги, более того, сама система отталкивается от идеи бумажного издания: например, каталог делит книги не по авторам и названиям (т. е. по сущности книги), а по отдельным изданиям.

⁵ Исследование проводилось на малой группе женщин.

⁶ Также из личных сообщений: когда вышла последняя книга «Гарри Поттера», одна читательница, заполучив книгу, уехала на дачу, отключив телефон, чтобы иметь возможность воспринять книгу непредвзято и спокойно, без ажиотажа вокруг, без обсуждений в интернете и так далее.

не всегда реклама — можно увидеть отзывы на Тургенева, Толстого), сетевая библиотека, сервис рекомендаций (goodreads.com), сервис продажи электронных копий, социальная сеть читателей⁷. По сути, такого рода практика находится между отзывами о товарах или потребительском опыте и комментариями к общественным событиям. Книга по-прежнему остается предметом потребления, поэтому в отзывах (кроме сетевых библиотек, где читатели имеют дело с чистым текстом⁸) могут описывать и само издание, вплоть до качества бумаги и переплета: «Текст Гомбриха, конечно, хорош, но не сказала бы, что это удачное издание. При первом же раскрытии книжный блок с хрустом отделился от корешка в нижней своей части, держится теперь только на форзаце и первом листе... Если бы купила эту книгу не по акции с 20% скидкой, а за полную цену — расстроилась бы больше»⁹.

На наш взгляд, потребительский опыт неожиданно отражается и в том, что в рецензии на книги включают фотографии, часто с претензией на художественность. То есть даже в условиях интернет-общения речь может идти о передаче некоторого физического, телесного опыта¹⁰. Возможно, как утверждает Мартина Бортиньон, во взаимодействии с устройством для чтения нам не хватает именно физического контакта: «...в устройстве, на котором читают, нельзя ни подчеркивать, ни писать заметки на полях; его нельзя заложить листком или автобусным билетом в качестве закладки; его нельзя порвать, швырнуть, заляпать соусом, забыть под дождем»¹¹ [Bortignon, 2013].

Тяготение к полюсу подробного потребительского отзыва или к полюсу комментария к событию, по нашим наблюдениям, сильно зависит от поля, в котором пишутся отзывы: специально созданная для читателей социальная сеть LiveLib позволяет иметь рейтинг, участвовать в групповой деятельности, украшать отзывы фотографиями. С другой стороны, функционал сетевых библиотек чаще всего не позволяет иной персонализации, кроме имени пользователя, и содержит только форму ввода текста, даже без тегов. Соответственно, такой подход, когда отзыв — лишь побочная по отношению к чтению деятельность, склоняет читателя высказываться кратко и в известной мере спонтанно. Отзывы на более приспособленных платформах, напротив, долго готовятся и являются по сути самостоятельной, почти отдельной от чтения практикой.

Поскольку мы имеем дело фактически с двумя разными практиками (чтение книг и написание отзывов), совмещение этих двух практик будет, вероятно, менять цели и стратегии чтения. В частности, желание читать будет, вероятно, не менее

⁷ Раньше в этот список можно было добавить блог-платформы и форумы, но они все же не были настроены исключительно на рецензентскую деятельность. Некоторым аналогом можно считать сообщества вроде chto-chitat.livejournal.com, но сама платформа потеряла популярность.

⁸ И все равно можно встретить сетования на ошибки, опечатки, плохо вычитанный распознанный текст.

⁹ Отзывы и рецензии о книге История искусства [Электронный ресурс] // Ozon.ru. URL: <https://www.ozon.ru/reviews/20355413/> (дата посещения: 10.02.2018).

¹⁰ Возможен и такой вариант: читатель читает электронный текст, а лишь потом, «для библиотеки» или «для коллекции» покупает бумажное издание (иногда это зависит от того, насколько книга понравилась — в наших наблюдениях есть случаи, когда бумажную книгу покупали, если «хочется перечитать в третий раз»). При этом бумажная копия может и вовсе не использоваться для чтения.

¹¹ Ср. также устойчивое выражение «[иметь] в бумаге» — как «во плоти», иметь на физически осязаемом и потому более ценном носителе.

сильным, чем желание оставить отзыв о книге, то есть возможность коммуникации с сообществом будет несколько превалировать над собственно чтением.

Дополнительное преимущество нахождения в такой системе состоит в следующем. В частной беседе мы получили такое мнение: человек, на постоянной основе развлекающий себя чтением, рано или поздно понимает, что интересных книг больше, чем он может прочесть за всю жизнь. Поэтому потратить время на книгу, которая окажется в конце концов дурной, — подлинный «кошмар книгочехя»¹². Для этого в системе Livelib существует встроенный рекомендательный сервис, который подбирает книги по предпочтениям пользователя.

На некоторых площадках отзывы пользователя аккумулируются на одной странице, представляя тем самым что-то вроде опосредованного дневника. Таким образом, для читателя, который хотел бы коммуникации, но не стремится писать о себе, такой опосредованный вариант может служить формой самопрезентации.

Это интересно сравнить с попытками в 1920-е годы ввести в библиотеках читательские дневники. Но, во-первых, как уже говорилось выше, практика ведения читательских дневников — это практика, навязываемая институцией. Во-вторых, дневники должны были служить не для удовольствия читателей, а для удобства работы с ними, для проверки того, как читатели развиваются. Словом, их целью была не коммуникация, а воспитание.

Однако и современные, и прежние читатели выдвигают к книге (опосредованно — через отзывы) схожие требования. До известной степени (но не до полного тождества) эти требования совпадают с выделенными Евгением Добренко в книге «Формовка советского читателя»: книга должна содержать полезные для жизни рекомендации¹³, литература должна быть оптимистичной, герой должен быть «как в жизни», сюжет должен развиваться последовательно, должен быть занимательным, «с приключениями», книга должна быть написана понятным языком, «похабщину» печатать нельзя [Добренко, 1997].

Пример таких совпадений можно представить в таблице 1.

¹² ПДА, 04.08.2017, м., 1982.

¹³ Ср. с тем, что в исследованиях чтения 1920-х годов две трети корпуса предлагаемых текстов занимала научно-популярная и пропагандистская литература. Исходя из этого, требования читателей неудивительны.

Таблица 1. **Отзывы читателей 1920-х гг. и 2000-х гг. о книгах**

Требования по Добренко	Читатель 1920-х годов	Современный читатель
<p>Книга должна быть познавательной и полезной (должна содержать практически полезные «для жизни» рекомендации).</p>	<p>«Полезная. Помещено объяснение непонятных слов и азбука Морзе» (М., 20 л.) — о книге Владимирского «Шахта изумруд»;</p> <p>«Полезная. Учат правильно жить женщину» (Ж., 18 л.) — о книге М. Горького «Мать»;</p> <p>«Полезная. Учат, до чего доводит водка» (Ж., 22 г.) — о книге А. Неверова «Авдотина жизнь»;</p> <p>«Полезная. Показывает, что деревня страдает от своей темноты» (Ж., 22 г.) — о книге А. Неверова «Авдрон Непутевый».</p>	<p>«Мне очень трудно разобраться с мотивацией автора. Зачем он это писал, для кого. Говорят, живет же он у себя в Казани, еще книги пишет. И мне тут интересна не целевая аудитория, а вот то, что происходит в голове у автора в этот момент. Потому что лично меня эта книга не поразила, не обрадовала, не возбудила, не сподвигла ни на что, не заставила меня грустить, не дала мне никаких новых мыслей и идей, не дала мне ничего ценного. Вот. Не дала мне никаких новых мыслей и идей, не дала мне ничего ценного. А значит, совершенно бесполезна для меня».</p> <p>«Россия многонациональна. Этот постулат в последнее время звучит все чаще. Но кто что знает о жизни, быте, обычаях малых народностей? Меря — знакомое слово. Но как они живут, чем дышат? Осокин рассказывает об этом. Интересно, эмоционально, познавательно. И очень жаль, что книг о малых народах России откровенно мало. Нужно знать тех, кто живет в России, знать свою страну. Ведь это — Родина».</p> <p>«То есть даже с этнографической точки зрения ваша книга бесполезна и никакой информации о подлинных обрядах этих народов не несет, там только вами выдуманное собственное язычество? — перефразировал Известный Психотерапевт. — Ну да, — растерялся от такого уточнения Автор».</p>
<p>Литература должна быть оптимистичной.</p>	<p>«Нужно не прошлое, такое обыденное и серенькое, а нужно, чтобы литература диктовала здоровую и красивую, нравственно-красивую жизнь» (рабочая, 23 г. — о «Цементе» Ф. Гладкова).</p>	<p>«Может, потому, что я люблю убежать в тексты, а этот текст выплескивает меня в быт?.. Может, потому, что у Осокина оживают страшные вещи и страшно овеществляются люди?.. Может, потому, что в этих драных джинсах рассказах я вижу не особый авторский стиль, а неряшливость и бессмысленность?.. Доктор, что со мной не так?!»</p>
<p>Герой должен быть «как в жизни».</p>	<p>«Все верно описано, я сама из деревни и могу сказать, что все рассказано точно, как оно и на самом деле бывает»;</p> <p>«Кто так хорошо подслушал, да написал, ну точно, как в жизни было!»;</p> <p>«Как прочтут в деревне, скажут — небылица в лицах»;</p> <p>«А в какой местности это было?»;</p> <p>«Поверили бы, если бы было указано, где, в какой губернии, в каком уезде это было, а так получается это не факт, а одна коммунистическая мысль» (крестьяне о «Бабьей деревне» А. Серафимовича).</p>	<p>«И в некотором смысле Осокин профессионально занимается именно этим: пишет для телевидения сценарии документальных фильмов о жизни обыкновениях народов Поволжья — коми, марийцев, чувашей, удмуртов, татар. Он знает эту жизнь в подробностях, любит ее, чувствует — и ему совершенно чужда мысль, что она в чем-то уступает жизни «цивилизованной». Скорее, напротив. Все это, правда, — не более, чем материал, который автор использует и толкует по собственному усмотрению и произволу. У него свои техники работы с этой жизнью».</p> <p>«Все эти сюжетики, небольшие истории, образы. Юму они, для чего? Для атмосферы? Не знаю, кому конкретно нужна такая атмосфера. Если она точно такая же, как и твоя собственная, жизненная, но там вместо твоих любимых яблок — квашеная капуста с клюквой».</p>

Требования по Добренко	Читатель 1920-х годов	Современный читатель
<p>Сюжет должен развиваться последовательно. (Повествование должно быть простым).</p>	<p>«Книга идет с отрывистыми темами, что не понять, где начало, где конец» (М., 20 л.) — о «Пожаре» Д. Фурманова; «Ничего не понять, дрянь. Все перепутано» (М., 17 л.) — о «Голом годе» Б. Пильняка; «Ничего цельного и определенного, — не понял: какой-то винегрет»; «Все описываемое в этой книге происходит отрывками, с появлением все новых и новых действующих лиц и частым повторением уже сказанного, с какими-то несуразными заголовками... Все содержание этой книги представляет какой-то идейный хаос... я не понимаю, для чего книга кончается описанием деревенской свадьбы, а также я скажу, что трудно понять, где начало, где конец. В общей скажу одно, что книга читается тяжело и понять ее трудно» (рабочие о «Голом годе» Б. Пильняка) «Читая эту книгу, я равным счетом ничего не понял, а потом и оставил ее» (рабочий о Б. Пильняке); «У него много непонятных рассказов, которые нужно подразумевать... Ничего не мог понять»; «Рассказы слишком символические, которые едва ли будут понятны широким массам» (рабочие о рассказах Е. Зозули); «Автор эту повесть сочинил больно сложно. Сильно хорошего в ней нет» (рабочий об А. Аросеве).</p>	<p>«И в итоге я ничего не могу сказать, потому что устал, утомился, хоть и было интересно, но как-то слишком много. И слишком сюрреалистично». «Ну утопите меня в сухой реке, я не вижу гениальности в приниженности букв и наборе слов. Не вижу гениальности — вижу лень и неряшливость. Что передает, чему служит такая особенность?... Скорой смене кадров, стремительности, интонации особенной? Равенству перед жизнью и смертью? Не вижу философии... не вижу работы над словом, меткости «каждое словечко на своем месте», не вижу глубоких смыслов в этой смене кадров. Признался Осокин: «эта книга напишется за два часа» — вот этому вот верю...» «Жизнь есть жизнь. Текст есть текст. Они не идентичны. Не принимаю. В жизни может не быть смысла. В тексте должен быть, даже скрытый, даже завуалированный». «Пытаясь понять рассказы Осокина с точки зрения логики, пытаюсь найти сюжетность текстов, я потерпела фиаско. Назвать его рассказы абсурдом тоже не получается, слишком они цепляли. В чем же смысл странных книг автора?»</p>
<p>Сюжет должен быть «занимательным», «с приключениями».</p>	<p>«На меня эта книга не произвела никакого впечатления, потому что в этой книге пишутся одни страдания тех оставшихся людей, у которых были убиты на войне родные. И вся книга в таком роде. Все однообразно. Более какого-нибудь происшествия нет. А потому меня этот автор не интересует» — рабочий о книге Л. Франка «Человек добр».</p>	<p>«Где же сюжет — не знаю. мирон алексеевич распоряжение дал видимо — сюжет не придумывать особо. так-то если посмотреть — типичные читатели хотят какой-нибудь последовательности. если и это неважно — садим в мерседес-геленваген. поедем дальше». «Читая эти затянутые истории без сюжета, чувствую себя случайным попутчиком не в меру разговорчивого путешественника, который мучает тебя долгими и бессмысленными историями без сюжета о нем и каких-то тебе неизвестных людях».</p>
<p>Книга должна быть написана «понятным языком».</p>	<p>«Хороша книга тем, что она изложена простым, не слишком литературным языком» (рабочий о романе Э. Синклера «100 %»); «Язык тяжелый, а книга интересная и жизненная» (крестьянин, 19 л. — о «Конармии» И. Бабеля); «Даже не прочитаешь — язык не идет» (крестьянин, 18 л. — о «Раднице» С. Есенина); «Не хорошая книга. Какой-то смешной язык. Никак не разберешь» (крестьянка, 17 л. — о «Бронепоезде» Вс. Иванова); «Непонятно написано, скучная. Название больно забористое и совсем иначе можно понять» (крестьянин, 21 г. — о «Хулио Хуренито» И. Эренбурга); «Надо бить авторов, которые делают новую грамматику»; «Прочитал книжку «Старинушка» И. Касаткина. С трудом понял, так как чуть ли не после каждого слова точки, запятые, знаки вопросов. С трудом выговариваются слова. Много их с прикрасами, с ласкательными окончаниями. Это трудно прочитывать и выговаривать... На первых страницах надо стараться писать завлекательно, чтобы читатель не оторвался, начиная читать»; «Писать нужно легким языком, понятным, популярным, для того, чтобы читатель мог понять то, что пишет писатель».</p>	<p>«Вот опять же ребус, кроссворд © судьба в фуражке? или рыба в фуражке помощника капитана? или рыбу ловят в фуражке — за неимением реки, ручейка, океана?» «Денис Осокин задумал стать писателем. правду сказать, стать писателем ему очень-очень хотелось: книжки он любил, да и за сочинения в школе всегда получал хорошие отметки, для начала денис осокин решил отказаться от заглавных букв. так все поймут, что он писатель со своим особым видением мира, а не какое-нибудь там быдло. еще он полюбил знак препинания «тире», рассыпать побольше тире по тексту — и сразу видно — как он — на глазах — приобретает — литературность — и глубину. как следует изучил современные литературные журналы. и заготовил с полдюжины псевдонимов разной степени нелепости — на случай, если в писатели не возьмут и придется лезть в литературу окольными путями».</p>

Требования по Добренко	Читатель 1920-х годов	Современный читатель
Нельзя печатать «похабшину»	<p>«Зачем это только Горький насильников описал. А так бы хорошо» (крестьянин, 18 л. — о рассказе «26 и одна» М. Горького);</p> <p>«Много написано порнографии. Не понравилось» (крестьянка, 22 г.);</p> <p>«Не понравилось. Описывается блуд» (крестьянин, 18 л.);</p> <p>«Стыдно такие книги читать, печатать и в библиотеку покупать» (крестьянин, 18 л.);</p> <p>«Не понравилась. Вторая часть еще гаже первой. Дает вредные советы» (крестьянин, 18 л. — о книге Калининкова «Моши»);</p> <p>«Неприличная книга. Срам. Не понравилась» (крестьянка, 21 г.);</p> <p>«Не хорошо. Не понравилось. Любится так по-собачьему приятно, но одного этого мало» (крестьянка, 18 л. — о книге П. Романова «Без черемухи»);</p> <p>«Гулящая баба. Не нравится книжка» (крестьянка, 22 г.);</p> <p>«Не понравилась. Шлюха-баба. Зачем размазали ее в книге» (крестьянин, 17 л.);</p> <p>«Очень хорошая книга. Такие женщины нравятся. Только нельзя быть в блуде. Это не для чего» (крестьянка, 18 л. — о «Виринее» Л. Сейфуллиной).</p>	<p>«Промискуитета много, но и он такой нестрасный, негрязный, тихий и домашний».</p> <p>«Что же касается, хкм... эротической составляющей книги, частенько она, на мой взгляд, оказывалась не к месту, портила впечатление от книги. в то же время, в других зарисовках и рассказах без нее бы никак (например, «овсянки», «половая связь еужена львовского с зеркалом» — естественно»).</p> <p>«Я хотела все той же нежно-северной атмосферы, романтической и грустной, а он мне «приоткрыл ноги — поцеловал в намытую середину». Как-то — вдруг и иногда — пошлости, грубости, что-то совершенно не вяжущее с тем, что я себе напредставляла, несмешные шутки. Я думала, ну может пройдет, ну с кем не бывает».</p>

Читатели в пространстве сети

В советские времена на последней полосе, рядом с выходными сведениями часто печатался призыв: присылайте ваши отзывы по такому-то адресу, особенно это касалось детских книг. То есть существовала формальная возможность написать в издательство о прочитанной книге, поделиться замечаниями и предложениями. У нас нет сведений, пользовался ли ей кто-либо, но, вероятнее всего, таких людей было немного, несмотря на то, что интенция состояла в том, чтобы изменить книгоиздание к лучшему, обращаясь к институции непосредственно. Сейчас же, в условиях свободного высказывания, вне ока институции такая возможность востребована и популярна, хотя возможность повлиять на что-то куда меньше. Отчего это так?

На наш взгляд, это интересно соотносится с идеей Мишеля де Серто о том, что чтение и письмо в обществе разъединены как производство и потребление. Облеченные властью страты (сильные) узурпируют письмо как практику производства (и толкования текстов), оставляя необлеченным властью только чтение (=потребление). Слабые вынуждены, с одной стороны, подчиняться диктату сильных, тех, кто устанавливает правила (в этом случае — правила интерпретации текстов), и пользоваться только навыком чтения (=потребления). С другой же стороны, слабые, не имея возможности сопротивляться, творчески перетолковывают эти правила в свою пользу, искажают и пародируют язык власти, становясь в процессе производителями, а не потребителями. Таким образом, написание отзывов, то есть письмо, становится своего рода низовой конституирующей практикой. «[Читатель], — пишет де Серто, — отделился от книг, тенью которых он казался» [Серто, 2013].

Длительная подавляющая легитимация единственно возможного прочтения со стороны облеченных властью была подорвана интернетом, где высказаться может каждый. Не то чтобы раньше мы не имели возможности видеть высказы-

вания наивных читателей, но, во-первых, никогда прежде их не было так много, а во-вторых, большая часть таких высказываний была инспирирована извне исследователями или педагогами, а часто и управлялась ими. Сейчас же мы имеем дело с высказыванием, к которому ничто не вынуждает, над которым не стоит никакая институция.

Один из администраторов сети LiveLib¹⁴ предположил, что модель поведения среднестатистического пользователя сети такова: *«Школьная программа¹⁵, затем условная Дарья Донцова, затем зацепился за западную литературу и там и остался»*. Здесь нужно отметить, что тем самым подразумевается, что читатель осведомлен: кроме тех книг, что он читает сейчас, есть еще какая-то, более крупная или сложная литература. Чтение Дэна Брауна автоматически не приводит к чтению Кадзуо Исигуро.

«Но со временем вкусовые пристрастия выкристаллизовываются более четко и так вышло, что переводная литература у «многочитающих» людей со временем теснит отечественную».

В поддержку частного мнения администратора говорит и тот факт, что в рейтингах сайта (в частности, «Топ-100 за все время», о чем ниже) преобладает зарубежная литература.

Портрет среднестатистического читателя из этой сети — женщина около 30 лет, в среднем читающая переводные книги, скорее про современность, с продолжением и не фэнтези.

Практики вокруг чтения

Помимо очевидной активности — чтения — на LiveLib существуют и другие практики. На двух из них остановимся подробнее. Первая — это ежегодная премия «Выбор читателей», определяющаяся голосованием пользователей. На то время, когда пишется эта статья, голосование за 2017 г. еще не закончено¹⁶, но уже определены финалисты, по десять в каждой номинации: современная зарубежная литература, современная русская литература, книги для подростков, детективы, нехудожественная литература¹⁷, биографии и мемуары, фантастика, фэнтези (это две разные номинации), ужасы и мистика, боевики и остросюжетная литература, «просто о главном»¹⁸, любовные романы, приключения, детская литература, «кино и книги», бизнес-книги, номинанты прошлого, номинанты будущего и игры на LiveLib. В голосовании могут участвовать книги, вышедшие не позднее декабря предшествующего голосованию года.

Отдельно заметим, что шорт-листы крупнейших российских премий («Нацбест», «Большая книга», «Русский Букер», «Ясная Поляна» с финалистами LiveLib почти никак не пересекаются: единственное совпадение — «Город Брежнев», попавший в короткий список «Большой книги»).

¹⁴ (ПДА: интервью от 04.08.2017 (м., 32, в/о, Москва).

¹⁵ По-видимому, рекреационное чтение до определенного возраста попросту непопулярно.

¹⁶ С финалистами прошлого года можно познакомиться здесь: Лучшие книги 2016 года [Электронный ресурс] // LiveLib.ru. URL: <https://www.livelib.ru/bestbooks/superfinal/2016> (дата посещения: 10.02.2018).

¹⁷ Как видно из дальнейшей классификации, в основном имеется в виду научно-популярная литература.

¹⁸ Впрочем, судя по наполнению рубрики, это просто продвижение нового молодого автора.

В этой премии также есть спецноминации, одна из которых для нас особенно интересна: «Самая недочитываемая книга». Как ни странно, в ней оказывается много книг-финалистов «Выбора читателей», в этом году, например, «Тобол» Алексея Иванова, «Жена зрителя зоопарка» Дианы Акерман и «Тайная история Твин-Пикс» Марка Фроста. Причина тому проста: чем больше человек начинает читать книгу, тем больше будет и тех, кто ее не дочитает.

На LiveLib также есть и «Топ-100» книг на все времена, по сообщениям, почти неизменный или по крайней мере малоподвижный долгое время.

Два этих направления демонстрируют нам, что в современном чтении есть, с одной стороны постоянно меняющаяся составляющая новых книг, с другой стороны, свой собственный почти незыблемый канон. Первая составляющая, где книги постоянно прибавляются, становится как раз тем самым упомянутым выше «кошмаром книгочая» — невозможно прочесть все, что выходит, и невозможно прочесть даже все, что нравится. Это, а также специфическое отношение к чтению как к активной и, более того, измеряемой количественно деятельности (иначе не было бы, например, обязательств прочитать определенное количество книг за год) приводит к появлению дополнительных практик, помимо чтения и написания рецензий — к книжным играм.

Большинство игр сводятся к тому, что пользователь должен прочесть некоторое количество книг на определенных условиях или за определенное время, то есть побуждают читать больше (и расширять диапазон приемлемости — за счет неожиданных требований к книгам в игре). То есть игры исполняют роль внешнего мотиватора для читателя.

Подобных игр много, читатели делят их на игры-лотереи, игры со свободным выбором, игры-рецензии и командные игры. У игр, как правило, есть кураторы из числа пользователей, которые ведают назначением заданий и решают внутриигровые споры. Первая часть в основном состоит из игр, где пользователь обязуется прочитать за определенное время некоторое количество конкретных книг, либо книг на обозначенную тематику, темы или книги могут выбираться случайно или сложным образом разыгрываться. На какую-то часть прочитанных книг, естественно, пишут рецензии, но такого обязательства в правилах нет. Интересно, что часто, как и в следующей категории, книги обозначаются по внешнему формальному признаку, например, «книга с цветами на обложке» или «книга толще 500 страниц». Разумеется, за прочитанные книги игрок получает какие-то условные награды.

Игры со свободным выбором представляют собой, по сути, движение по условной игровой карте (более или менее интерактивной — варьироваться может от «змей-лестниц» до карты с покемонами), где в качестве заданий выступает чтение книг по определенной теме, иногда предваряющееся простым заданием вроде загадки. Простой пример: в первом туре игры «Вокруг света с... литературным персонажем» персонажем тура был Филеас Фогг, остановившийся в своем путешествии в 13 точках. По этим точкам движется читатель и читает о них книги. Интересно при этом, что, по-видимому, двухмерная, плоская карта игры и располагающиеся на ней задания книги как бы утверждают в сознании читателя идею того, что все эти книги полностью равнозначны и равноценны, поскольку являются объектами, принадлежащими одному полю.

Нас больше всего интересуют игры-рецензии. Таких три: «Спаси книгу — напиши рецензию» (правила требуют писать рецензии на книги, у которых на сайте нет ни одной рецензии), «Несказанные речи» (рецензии на книги, прочитанные когда-то давно) и «Урок литературоведения» (рецензии на литературоведческие книги). Правило о рецензиях также есть в игре «Книгомарафон», где специальные кураторы игр ежемесячно выдают участникам тему, на которую они должны прочесть книгу или книги. В этой игре также есть конкурс рецензий. Рецензии пишут и в рамках командной игры «Долгая прогулка», где команде из четырех человек ежемесячно выдаются основные и дополнительные задания, команда читает книги и пишет на них рецензии. Сами пользователи утверждают, что в этой игре попадают наиболее сложные книги.

Игры мобилизуют читателей, и это нравится им. В частности, одна читательница в ролике-обзоре книжных игр говорит: «Если вы все еще задаетесь вопросом, стоит ли играть в книжные игры, я вам скажу вот что. В этом году я прочитала в два раза больше книг, чем в предыдущем, не в последнюю очередь потому, что я активно участвовала в различных книжных играх, в частности, в «Покемонах»¹⁹, соответственно, какие-то сроки или цели в этих играх — они ускоряли мой темп чтения, я находила (*подчеркивает голосом — А.Г.*) время почитать побольше, чтобы успеть к тому или иному моменту...»²⁰

Если следовать за Мишелем де Серто, который берет эту идею у Ролана Барта, есть три вида чтения: эротическое, охотничье и инициационное. Первое останавливается на удовольствии, доставляемом словами, второе спешит к концу и «изнемогает от ожидания», третье побуждает желание писать [Серто, 2013]. Здесь мы видим, как социальная активность, связанная в том числе с обязательствами не одному себе, но и другим, подпитывает исключительно охотничье чтение. Эти три типа чтения, с чем де Серто был согласен, зависят не от читаемой книги, а более от индивидуума, от его стратегии чтения, конкретных условий и применяемых практик. И при взгляде на социальную сеть читателей перед нами в полный рост встает описанная де Серто фигура читателя-браконьера.

Список литературы (References)

История чтения в Западном мире от античности до наших дней / Кавалло Г., Шартье Р. (ред.-сост.). М. : ФАИР, 2008.

The history of reading in the Western world from antiquity to our days (2008) / Cavallo G., Shartier R. (Ed., Ed.). Moscow: FAIR. (in Russ.)

Серто М. де. *Изобретение повседневности*. СПб. : Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2013.

Serto M. de. (2013) *The invention of everyday life*. St. Petersburg: Publisher of the European University in St. Petersburg. (in Russ.)

¹⁹ Читательница имеет в виду игру «Собери их всех» с интерактивной картой, где пользователи перемещаются самостоятельно и ловят покемонов.

²⁰ Путеводитель по Книжным Играм. С чего начать? [Электронный ресурс] // Youtube.com. URL: <https://youtu.be/oil8tGsgeZY> (дата посещения: 10.02.2018).

Добренко Е. Формовка советского читателя: социальные и эстетические предпосылки рецепции советской литературы. СПб. : Академический проект, 1997.

Dobrenko E. (1997) *Formovka Soviet reader: social and aesthetic prerequisites for the reception of Soviet literature.* SPb. : Academic Project. (in Russ.)

Назарова Л. А., Спиридонов Д. В. Изучение текстов массовой литературы: функционально-рецептивный подход // Известия Уральского федерального университета. Сер. 2. Гуманитарные науки. 2012. № 4 (108). С. 286—294.

Nazarova L. A., Spiridonov D. V. (2012) The study of texts of mass literature: the functionally receptive approach. *News of the Ural Federal University. Ser. 2. The humanities.* No. 4 (108). P. 286—294. (in Russ.)

Agamben G. (1970) *L'Uomo senza contenuto.* Quodlibet.

Humphreys S. (2013) Towards an Anthropology of Reading. In: *Modernity's Classics.* Humphreys, Sarah C., Wagner, Rudolf G (Eds.). Springer. P. 187—210.

Bortignon M. (2013) Lector in iperfabula: fenomenologia della lettura di opere multimedia. *Innesti/Crossroads XL: Il lettore in gioco. Finestre sul mondo della lettura.* P. 61—67.

Chartier R., González J. A. (1992) Laborers and Voyagers: from the text to the reader. *Diacritics.* Vol. 22. No. 2. (Summer). <http://doi.org/10.2307/465279>.

СОЦИОЛОГИЯ ИНТЕРНЕТА

DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.12

Правильная ссылка на статью:

Дорофеева О. Е. Анон плз: анонимность и нормативность в публикациях о сексуальном насилии // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 1. С. 235—252. DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.12.

For citation:

Dorofeeva O. E. Anon pls: Anonymity and normativity in sexual abuse posts. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. 2018. № 1. P. 235—252. DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.12.



О. Е. Дорофеева

АНОН ПЛЗ: АНОНИМНОСТЬ И НОРМАТИВНОСТЬ В ПУБЛИКАЦИЯХ О СЕКСУАЛЬНОМ НАСИЛИИ

АНОН ПЛЗ: АНОНИМНОСТЬ И НОРМАТИВНОСТЬ В ПУБЛИКАЦИЯХ О СЕКСУАЛЬНОМ НАСИЛИИ

ANON PLS: ANONYMITY AND NORMATIVITY IN SEXUAL ABUSE POSTS

ДОРОФЕЕВА Оксана Евгеньевна — студент бакалавриата факультета социальных наук; стажер-исследователь Лаборатории экономико-социологических исследований, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия.
E-MAIL: oadorofeeva@edu.hse.ru
ORCID: 0000-0003-4100-8394

*Oksana E. DOROFEEVA*¹ — Student, Research Assistant
E-MAIL: oadorofeeva@edu.hse.ru
ORCID: 0000-0003-4100-8394

¹ National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia

Аннотация. В статье рассматривается соотношение между анонимностью и нормативностью на разных онлайн-площадках. Для анализа нормативности используется концепт accounts — речевые обороты, которые помогают

Abstract. The paper considers the relationship between anonymity and normativity on different websites. The ‘accounts’ concept (speech patterns which help the actor to explain personal or anyone else’s unsuitable conduct

актору объяснить свое или чужое неподобающее поведение в ситуации, которая будет подвергаться оцениванию.

В работе рассматриваются современные дискуссии об анонимности в интернете и предлагается рассмотреть континуум анонимности на кейсах проекта «Подслушано» и флешмоба #янебоюсьсказать. В «Подслушано» модераторы от лица сообщества публикуют анонимные истории пользователей, тогда как посты в рамках флешмоба #янебоюсьсказать публикуются на персональных страницах авторов. При этом в рамках флешмоба формируется нормативность, которая влияет на социальную приемлемость контента. Таким образом, в статье сопоставляются разные факторы, определяющие нормативность и социальную приемлемость контента на онлайн-площадках. Положение онлайн-площадки на континууме анонимности задает диапазон социальной приемлемости контента, который можно опубликовать на этой площадке, а также степень соответствия групповым нормам внутри онлайн-площадки.

Ключевые слова: анонимность, нормативность, accounts, «Подслушано», #янебоюсьсказать

in a situation under assessment) is used to analyze normativity. The author describes the modern discussion concerning anonymity on the Internet and gives an attempt to explore the anonymity continuum based on the cases of the «Podslushano» project and #yaneboyusskazat flash mob. The «Podslushano» community moderators publish anonymous stories of users on behalf of community while the #yaneboyusskazat posts are published on authors' personal web pages. At the same time, in the flash mob community normativity is formed which affects the social acceptability. So the study provides a comparison between various factors defining normativity and social acceptability. The position of the website on the anonymity continuum can set a range of social acceptability of content to be published on that website as well as the degree of conformity to the group norms of the website.

Keywords: anonymity, normativity, accounts, «Podslushano», #iamnotafraidtosayit

В июле 2016 г. в российском, украинском и белорусском сегменте Facebook проходил флешмоб #янебоюсьсказать (#янебоюсьсказати, #янебаюсясказаць), в рамках которого пользователи массово рассказывали о пережитом сексуальном насилии. Истории о подобном опыте в социальных сетях — явление не совсем новое: такого рода публикации достаточно распространены в сообществах, позволяющих анонимно поделиться этим опытом — таких, например, как «Подслушано», сервис, позволяющий анонимно публиковать свои истории и читать присланное другими пользователями.

Оба онлайн-пространства — флешмоб под хэштегом #янебоюсьсказать и «Подслушано» — содержат истории о сексуальном насилии и служат «сценами»

для отыгрывания идентичности жертвы сексуального насилия. Однако контексты появления историй о сексуальном насилии на двух этих площадках разные: флеш-моб #янебоюсьсказать носит активистский характер, тогда как «Подслушано» — в первую очередь развлекательный ресурс. Во-вторых, условия для публикации в рамках флешмоба и в «Подслушано» различаются степенью анонимности: посты в рамках флешмоба публиковались на персональных страницах в Facebook, в то время как истории в «Подслушано» публикуются от имени группы и не содержат указания на личность автора.

Мы обращаемся к теоретическому аппарату И. Гофмана, чтобы соотнести анонимность, идентичность и нормы, существующие на разных площадках.

По И. Гофману [Goffman, 1959], идентичность не является чем-то фиксированным — это роль, которая меняется в зависимости от аудитории и контекста. Анонимность возможна, если аудитория «сцены», где происходит социальное представление, отделена от остальных аудиторий — тогда представляемую на ней идентичность (например, жертвы сексуального насилия), нельзя будет связать с другой «сценой» и другой идентичностью (жены, начальника, преподавателя и т. д.). Частью контекста, в котором происходит социальное представление, являются нормы: феномен соотнесения поведения с нормой, социальным стандартом и оценивание одних поступков как хороших, желательных или хотя бы приемлемых, а других — как плохих, неподобающих, недопустимых на основе сравнения с этой нормой, представляет собой нормативность [Vicchieri, 2005; 2016], связь анонимности с которой пока неясна.

Какую роль играет степень анонимности онлайн-площадки в ее нормативности?

Основными концептами данной работы будут анонимность, нормативность и идентичность. Отдельный интерес для нас будет состоять в изучении их связи с устройством рассматриваемых онлайн-площадок — групповыми нормами внутри онлайн-пространств, их местом внутри интернет-пространства и т. д. Для анализа нормативности онлайн-площадок через публикации участников будет использоваться концепт accounts (объяснения) — объяснения актором своего или чужого непредвиденного или неподобающего поведения в ситуации, когда действие подвергается оцениванию, вне зависимости от того, чье это поведение (актера или других людей), и того, от кого исходит возможная причина этого объяснения: от самого актора или кого-то другого [Scott, Lyman 1968]. Этот концепт релевантен для анализа нормативности, поскольку наличие accounts показывает, что в ситуации есть что-то, что воспринимается как неподобающее, недопустимое, не соответствующее социальному стандарту — а также то, какое оправдание или объяснение должно помочь автору восстановить статус-кво, уменьшить расстояние между нормой, стандартом и реальностью.

Описание площадок

«Подслушано»

«Подслушано» — развлекательный проект, представляющий собой совокупность сайта, мобильного приложения и сообществ/страниц в социальных сетях

(«ВКонтакте», Telegram, Twitter, Instagram, Одноклассники и Facebook), которые публикуют анонимные истории, присылаемые пользователями. Отправить свой текст можно только через сайт или приложение, при этом на сайте не требуется вводить никакой информации о себе, тогда как в приложении можно зарегистрироваться через электронную почту либо войти через аккаунт «ВКонтакте» или Facebook, но читать чужие тексты и отправлять свои можно и без авторизации. В текстах сохраняется авторская орфография и пунктуация, но они проходят модерацию, а затем публикуются с указанием темы: всего тем 56, в том числе тема «Пиздец», в которой оказываются публикации о сексуальном насилии — наряду с историями об издевательствах над животными, убийствах, побоях и т. п. Несмотря на то, что «Подслушано» присутствует на разных платформах, логичнее рассматривать его как единое онлайн-пространство, единую площадку: на всех платформах единый формат публикации историй (от имени сообщества, с указанием темы и без указания автора) и степень анонимности коммуникации автора истории с читателями (которая не зависит от степени анонимности пользователей на платформе), у публикаций на всех платформах единый источник (присланное через сайт/приложение), который не связан с платформой. Проект очень популярен — его совокупная ежемесячная аудитория составляет около десяти миллионов человек¹ — но более значимым кажется тот факт, что вслед за «Подслушано» расплодилось многочисленное количество аналогов, от крупных проектов (например, у сообщества ВКонтакте «Дома не поймут» с идентичной задумкой более трех миллионов подписчиков) или тематических (например, «Подслушано Феминизм») до собственных «Подслушано» у вузов, школ, деревень и т. д. Аудитория проекта русскоязычная, но не ограничена Россией.

#янебоюсьсказать

Флешмоб #янебоюсьсказать запустила украинская активистка Анастасия Мельниченко, опубликовав в начале июля 2016 г. пост в Facebook, где с хэштегом #янебоюсьсказать рассказала о пережитом сексуальном насилии и призвала женщин поделиться своими историями и изменить отношение общества к жертвам насилия. Акция получила отклик не только в украинском, но и в российском и белорусском сегментах Facebook, в которых появились свои хэштеги — #янебоюсьсказать и #янебаюсясказаць. Цель флешмоба состояла в том, чтобы привлечь внимание общества к проблеме сексуального насилия, сделать его видимым — и бороться с обвинением жертвы (виктимблеймингом)². Основная часть постов принадлежала женщинам [Lokot, 2018], однако были и такие посты, где мужчины рассказывали о том, как подвергались сексуальному насилию. Акция привлекла внимание тысяч пользователей Facebook, а также российских, украинских и за-

¹ «Люди слишком верят в свою уникальность»: легко ли быть редактором «Подслушано» [Электронный ресурс] // Афиша Daily. URL: <https://daily.afisha.ru/relationship/7644-lyudi-slishkom-veryat-v-svoyu-unikalnost-legko-li-byt-redaktorom-podslushano/> (дата обращения: 10.02.2018).

² Обвинение жертвы (англ. victim blaming) происходит, когда на жертву или жертв преступления, несчастного случая или любого вида насилия возлагается полная или частичная ответственность за совершенное в отношении них нарушение или произошедшее с ними несчастье. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Обвинение_жертвы (дата обращения: 10.02.2018).

рубежных СМИ³. Флешмоб #янебоюсьсказать не только создал пространство, где можно поделиться болезненным опытом, одновременно распространенным и табуированным, но и дал авторам постов взглянуть на свои личные истории как на политические и связанные с правами человека [Lokot, 2018].

Теоретические основания

Когда мы говорим об анонимности — ситуации, при которой невозможно связать одну идентичность человека с другими [Cirucci, 2015] — надо понимать, что она имеет небинарную природу: связать одну идентичность с другой можно не только через имя (а использование настоящего имени не гарантирует однозначную идентификацию) — вопрос всегда в объеме информации, по которой одну идентичность можно соотнести с другой(–ими), и если человек предоставляет какие-то биографические детали о себе, в целом, говорить об абсолютной анонимности уже не приходится [Tetzlaff, 2000]. Любая биографическая информация отсылает к другим идентичностям, но это не значит, что эта информация дает возможность однозначно идентифицировать человека — она просто уменьшает степень его анонимности. Некоторые работы (например, [Keipi, Oksanen 2014]) рассматривают анонимность как шкалу от полной анонимности через псевдонимность и визуальную анонимность (сокрытие физических характеристик индивидов) к взаимодействию лицом к лицу. Однако, как пишет Джудит Донат [Donath 1999: 53], в виртуальном пространстве возможно множество степеней идентификации: псевдоним, который не указывает на офлайновую идентичность, может иметь устойчивую репутацию в онлайн-пространстве, а сообщение, отправленное безымянным или использующим псевдоним пользователем, может содержать информацию, которая позволяет с той или иной определенностью установить его личность, и т. д. Идею континуума поддерживает и Джессика Бейер, которая пыталась категоризировать сайты как анонимные/неанонимные, но «вместо этого пришла к континууму» [Beyer 2012].

Степень анонимности привязана и к псевдониму (используете ли вы свое настоящее имя или псевдоним — и какой, на какие идентичности он указывает), и к объему предоставляемой информации, и к длительности коммуникации — будет ли степень анонимности пользователя для собеседника в анонимном чате после пяти часов беседы той же, что и после пяти минут? Все эти детали создают практически бесконечное множество степеней анонимности — и их достаточно сложно четко разделить. Таким образом, у нас получается континуум — непрерывное множество степеней анонимности от полной анонимности до точной идентифицируемости.

Facebook, платформа, на которой проходил флешмоб #янебоюсьсказать, окажется на этом континууме максимально близко к коммуникации лицом к лицу: это

³ «По-настоящему страшные истории были на закрытых страничках» Монолог Анастасии Мельниченко, придумавшей флешмоб #янебоюсьсказать [Электронный ресурс] // Meduza. URL: <https://meduza.io/feature/2016/07/08/po-nastoyaschemu-strashnye-istorii-byli-na-zakrytyh-stranichkah> (дата обращения: 10.02.2018); Russian and Ukrainian women's sexual abuse stories go viral [Электронный ресурс] // The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/world/2016/jul/08/russian-ukrainian-women-sexual-abuse-stories-go-viral> (дата обращения: 10.02.2018); #янеБоюсьСказать. Мережею шириться флешмоб проти замовчування насильства [Электронный ресурс] // Українська правда. URL: <http://life.pravda.com.ua/society/2016/07/5/214776/> (дата обращения: 10.02.2018).

место для онлайн-общения с теми, кого мы знаем офлайн [Ellison et al., 2007], поэтому онлайн-идентичность напрямую связывается с офлайн-идентичностью. В чем-то Facebook может быть даже более «нонимен», чем офлайн-коммуникация, поскольку здесь вероятен коллапс контекстов (context collapse) — ситуация, при которой отыгрывать идентичность приходится сразу перед несколькими аудиториями, потому что разные аудитории собираются в одном месте [Marwick, Boyd, 2011]. Коллапс контекстов можно назвать противоположностью анонимности, поскольку он делает невозможным расщепление «сцен» и аудиторий, необходимое для того чтобы одну идентичность нельзя было связать с другими. Во взаимодействиях лицом к лицу разделять аудитории помогают пространственные ограничения (какую долю ваших знакомых можно собрать в одном месте?), поэтому о коллапсе контекстов говорят в основном применительно к интернету: у преподавателя в друзьях на Facebook могут быть и его/ее приятели, и студенты, у которых он(а) ведет занятия, и родственники. Эти аудитории могут совершенно по-разному отреагировать на один и тот же опубликованный контент — и пользователю приходится учитывать их все. Необходимо отметить, что любая платформа, и Facebook не исключение, не может задать пользователю одно-единственное положение на континууме анонимности — например, на Facebook можно завести фейковый аккаунт, который будет псевдонимным и даст большую степень анонимности по сравнению с использованием настоящего имени; на менее анонимных платформах степень анонимности пользователя может зависеть как от его никнейма (если таковые там есть — например, можно сделать его менее анонимным, используя имя или год рождения и т. п.) и предоставленной информации о себе, так и от содержания публикуемых постов. В связи с этим мы скорее можем сказать, что платформа задает для пользователя некоторый диапазон на континууме анонимности.

Несмотря на то, что коммуникация автора текста в «Подслушано» с читателями представляет собой то, что на реляционно-функциональной шкале анонимности [Keipi, Oksanen, 2014] считается полной анонимностью — текстовую коммуникацию без использования псевдонимов — авторов историй в «Подслушано» нельзя считать анонимными абсолютно. Кроме того факта, что они могут быть менее анонимными для администратора сообщества по сравнению с читателями, всегда остается возможность, что кто-то узнает в этой истории своего друга или соседа. Тем не менее «Подслушано» на континууме анонимности расположено довольно близко к полной анонимности — и, возможно, является одной из наиболее анонимных онлайн-площадок.

Отсутствие технической анонимности — удаления всей информации, по которой человека можно идентифицировать, при обмене данными — не мешает чувствовать себя анонимным, если пользователю кажется, что невозможно связать эту информацию с ним [Christopherson, 2007]. Быть анонимным и чувствовать себя анонимным — это не одно и то же, и именно второе должно определять поведение человека в анонимных онлайн-пространствах, если вспомнить теорему Томаса: «Если люди определяют ситуации как реальные, то они реальны по своим последствиям»⁴.

⁴ Цит. по: [Хаустов, 2012].

Каковы же эти последствия? Результаты исследований хорошо описываются высказыванием Дж. Сулера, который отмечает, что в условиях анонимности люди могут «говорить или делать то, что не сказали или не сделали бы открыто» [Suler, 2004: 321]. С одной стороны, в более анонимном онлайн-пространстве люди раскрывают больше информации о себе, становятся более открытыми [Joinson, 2001; Shaw, Gant, 2002; Keipi, Oksanen 2014], с другой — более склонными к антисоциальному, неподобающему поведению, в том числе агрессии [Siegel et al., 1986; Lapidot-Lefler, Barak, 2012]. Онлайн-коммуникация, имеющая меньшую степень анонимности по сравнению с взаимодействием лицом к лицу, в сравнении с последней демонстрирует более высокий уровень агрессии в целом [Sood, Churchill, Antin, 2012], в том числе там, где имена указываются [Rainie, Lenhart, Smith, 2012]. В контексте нормативности это позволяет предположить, что анонимность расширяет границы нормального: позволяет поделиться тем, что недостаточно вписывается в нормативность менее анонимных площадок и потому иначе осталось бы скрытым (а здесь вписывается и может быть опубликовано), а также увеличивает допустимый уровень социально неодобряемого поведения (например, агрессии).

Расщепление аудиторий, сопутствующее анонимности, дает возможность отыгрывать разные идентичности без того, чтобы одна мешала другой. Индивид представляет собой множество идентичностей, черт, которые не обязательно связаны друг с другом [Wallace, 1999] или могут сосуществовать на одной «сцене». Берни Хоган [Hogan, 2013] приводит пример такой ситуации: редактор «Википедии» хочет вести идеологически окрашенный блог, но если она будет использовать везде свое настоящее имя, ее могут по нему отследить и сделать вывод, что она не может быть нейтральным редактором, следующим правилам «Википедии». Поэтому, чтобы быть и тем, и другим, ей нужен псевдоним, который создаст в интернете для нее еще одну «сцену» (даже если аудитории вдруг будут совпадать). Другим примером того, как анонимность позволяет отыграть идентичности, которые иначе остались бы скрытыми [Shaw, Gant, 2002; Keipi, Oksanen, Räsänen, 2015], является сабреддит⁵ r/Gonewild, где пользователи (в основном женщины) публикуют свои полу- и обнаженные фотографии в сопровождении какой-либо информации, обычно без изображения лиц [van der Nagel, 2015]. Большая степень анонимности, которую дает использование псевдонима, позволяет раскрываться идентичности, которой нет места в «интернете настоящих имен» — и эта роль на такой платформе является нормой, тогда как за ее пределами она может стигматизироваться и подвергаться негативным социальным санкциям. Таким образом, на каждой онлайн-площадке есть разный набор идентичностей, которые могут на них отыгрываться, в зависимости от понимания «нормального» на этих площадках: выкладывать обнаженные фото можно только там, где это считается нормой и не будет осуждаться (или вообще модерироваться и удаляться как непристойное), и мы можем предположить, что более анонимные онлайн-площадки (или более анонимные способы пользования онлайн-площадкой) могут служить для отыгрывания идентичностей, которые не вписываются в нормативность менее анонимных онлайн-площадок и могут повредить идентичностям, которые на них отыгрываются (опять же в силу своей «ненормальности» на этой площадке).

⁵ Раздел Reddit. URL: <https://www.reddit.com> (дата обращения: 10.02.2018).

Accounts

Accounts — термин, который используется для объяснения актором своего или чужого непредвиденного или неподобающего поведения в ситуации, когда действие подвергается оцениванию, вне зависимости от того, чье это поведение (актера или других людей), и того, от кого исходит возможная причина для этого объяснения — от самого актора или кого-то другого. Accounts помогают нормализовать ситуацию, сократить дистанцию между тем, что произошло и тем, что вписывается в стандарт — в том числе для самого человека: например, accounts позволяли большинству из опрошенных заключенных за сексуальные преступления считать себя или бывшими насильниками, или ненасильниками вовсе [Scully, Marolla, 1984], а жертвы насилия, использовавшие объяснения-свидетельства в развернутых ответах на National Crime Victimization Survey (NCVS), реже обращались в полицию, чем те жертвы, в чьих ответах не было выделено accounts [Weiss, 2009: 820].

Accounts делятся на обоснования (justification) — когда актер берет на себя ответственность за ситуацию и считает свое поведение правильным, и оправдания (excuse) — в случае, когда актер признает, что ситуация неподобающая, но ответственность за нее перекладывается на кого-то другого или что-то другое [Austin, 1961]. Оправдания, согласно классификации Скотта и Лимана [Scott, Lyman 1968], разделяются на подкатегории в зависимости от того, на кого или что перекладывается ответственность: стечение обстоятельств (accident), отсутствие необходимого знания или несвобода воли индивида (defeasibility), апелляция к природе, натуре как детерминанте поведения (biological drives) или поиск козла отпущения (scapegoating).

В отношении accounts гипотеза состояла в том, что авторы публикаций в рамках флешмоба #янебоюсьсказать будут скорее использовать accounts, нежели авторы, рассказывающие свои истории в «Подслушано», поскольку на менее анонимной онлайн-площадке расстояние между тем, что воспринимается как норма, и тем, что произошло с автором (сексуальным насилием), больше. В связи с этим предполагалось, что в этом случае человеку нужнее accounts как нормализующие высказывания, которые позволили бы восстановить статус-кво и презентовать более приемлемую версию себя (ситуации) для аудитории, особенно учитывая, что отыгрывание идентичности жертвы сексуального насилия в Facebook — это перформанс в условиях коллапса контекстов: пост, опубликованный на личной странице человека, будут оценивать его друзья, знакомые, коллеги. На менее анонимной онлайн-площадке репутационные эффекты выше [Keipi, Oksanen, 2014], что позволяет предположить, что в этом случае человеку нужнее accounts как нормализующее высказывание, которое позволило бы эти репутационные эффекты снизить.

Методология

Из группы «Подслушано» в соцсети «ВКонтакте» по хэштегу #Подслушано_пиздец были отобраны публикации о сексуальном насилии⁶: отбирались публика-

⁶ Сексуальное насилие — любой сексуальный акт или попытка его совершить; любые действия против сексуальности человека с использованием принуждения, совершаемые любым человеком независимо от его взаимоотношений с жертвой, в любом месте [Насилие и его влияние.... 2003: 155].

ции с указанием на изнасилование или попытку изнасилования, принуждение к сексуальным действиям, домогательства, нарушающую границы мастурбацию, нежелательные прикосновения сексуального характера. Публикации, где автор выступал в роли насильника/агрессора, не включались.

В Facebook по хэштегам #янебоюсьсказать, #янебоюсьсказати, #янебоюсьсказаць были выбраны публикации в открытом доступе, на русском языке и опубликованные на персональных страницах. Публикации, в которых были указания на то, что страница создана специально для того, чтобы написать туда историю для флешмоба, были отсеяны. Использование всех трех хэштегов продиктовано тем, что флешмоб — явление не исключительно российское, что показалось важным отразить в выборке (несмотря на то, что берутся только русскоязычные публикации в силу того, что автор этого текста не владеет украинским или белорусским языком — в Украине и Беларуси немало русскоязычных жителей). Однако мы не можем однозначно идентифицировать страновую принадлежность автора по языку хэштега — во многих публикациях использовался не один вариант, а сразу два или даже все три: в 21 из проанализированных публикациях используется русский вариант, в семи — украинский, в шести — сразу оба, в двух — белорусский, еще в одной — русский и белорусский, а в 14 — все три хэштега.

Из Facebook для анализа была взята 51 публикация, из «Подслушано» — 50. В этих публикациях на основе классификации Скотта и Лимана [Scott, Lyman, 1968] были выделены accounts и определен их тип — обоснование или оправдание.

Этика

Используемые в этом тексте цитаты из постов в рамках флешмоба #янебоюсьсказать отбирались и анонимизировались, исходя из теоретического определения анонимности как возможности связать разные идентичности. В используемых цитатах однозначно проследить можно только гендер автора и, в некоторых, наличие опыта отношений с противоположным полом — признаки, под которые попадает множество женщин и по которым практически невозможно отследить человека, — и не содержат общего сюжета их историй.

Поскольку истории из «Подслушано» публикуются на страницах сообщества в социальных сетях (а также на сайте и в приложении) от имени «Подслушано», а потому не могут быть связаны с конкретным человеком, они используются свободно.

Данные

Accounts были выделены в 25 из 50 анонимных публикаций в «Подслушано», из них в 17 публикациях они относились к оправданиям, а в восьми — к обоснованиям. В публикациях из Facebook accounts были выделены в 12 из 51 текстов: 10 оправданий и 2 обоснования.

Оправдания преобладали в обоих случаях, а встретившиеся в выборке реже обоснования объясняли, почему авторы не сопротивлялись или не предприняли ничего для того, чтобы агрессор ответил за свои действия (не обратились в полицию, не рассказали родителям, если эпизод с насилием случился в детстве). Был и другой вариант присутствия обоснований: в публикациях, где вся история

о сексуальном насилии выступала в качестве accounts для какого-то действия или чувства — в таких публикациях ситуация сексуального насилия была не тем, что требуется объяснить и нормализовать, а самим объяснением:

«...Да, говорю я, у меня просто проблемы с базовым доверием к миру, а многие женщины живут и не боятся ничего такого. Хорошо, вот немного историй из того времени, когда с доверием к миру у меня было все отлично...»

<История о насилии>

...Но я это пишу не для того, чтобы устыдить хороших парней или чтобы вызвать у них невротическое чувство вины. Впрочем, чувство вины это еще не самая плохая реакция, гораздо лучше, чем эта хрень про доверие к миру. Доверие, блять, к миру. Просто, может быть, мы живем в каких-то разных мирах, ребята? Найдите уже в себе смелость признать это, в то время, как мы находим ее на вот такие вот посты.»

Автор поста обосновывает свою позицию — отсутствие «доверия к миру», в котором упрекнул ее знакомый мужчина, — рассказывая о нескольких случаях сексуального насилия в ее жизни. Неподобающее поведение, которое необходимо объяснить, — это отсутствие «доверия к миру», повод для объяснения (и написания поста) исходит от этого знакомого, и автор, воспринимающая свое поведение как правильное, доказывает это через историю о сексуальном насилии. Таким образом, мы видим, что что-то ненормальное, неприемлемое может на самом деле служить для нормализации другой ситуации, даже если она кажется более социально приемлемой, чем история о насилии.

Среди оправданий в одной публикации случившееся объяснялось стечением обстоятельств (accident по Скотту и Лиману), в постах о детском опыте были выделены accounts, апеллирующие к отсутствию необходимого знания, которое предотвратило бы произошедшее (defeasibility) — уже взрослый человек понимает, что эта ситуация ненормальна, и оправдывает себя прошлого, возлагая ответственность на свою неинформированность в силу возраста:

«...Я малышка совсем была, не понимала, что да как...»

Кроме детского опыта объяснения-свидетельства того же типа встретились в публикациях о насилии со стороны врача:

«...И вот, в один момент, посреди сеанса, он начал меня целовать в губы. В засос. Я даже не сжимала свои в ответ! Думала, что это часть процесса такая...»

Один тип объяснений-свидетельств встретился лишь на одной из площадок — #янебоюсьсказать: это объяснение случившегося через сексуальную привлекательность жертвы для агрессора (схватили — потому что было за что, biological drives по Скотту и Лиману), причем авторы постов о подростковом опыте апеллируют к половому созреванию (схватили — потому что уже было за что):

«...Мне 13, я отдыхаю в лагере, у нас эпидемия свинки и каждый день нас осматривает лагерный врач, он хватает меня за грудь (уже к тому времени было за что)...»

Ответственными за произошедшую ситуацию в таком случае считаются тело, внешность автора. По сути, оправданием становится то, что перекладывает ответственность, вину за произошедшее на кого-то/что-то кроме насильника — внешность жертвы, отсутствие у нее знания, которое предотвратило бы эту ситуацию, или стечение обстоятельств.

Анализ

Кроме различий в организации текста — посты в рамках флешмоба длиннее, подробнее, часто рассказывают сразу о нескольких случаях сексуального насилия, содержат высказывания в поддержку других жертв и призывы бороться с насилием — первым бросается в глаза тот факт, что истории, которые публикуют на Facebook в рамках флешмоба #янебоюсьсказать, гораздо более социально приемлемы. В отличие от «Подслушано», где большинство историй содержат изнасилования, в постах в рамках флешмоба #янебоюсьсказать чаще речь идет о том, что обычно называют харассментом⁷; в выборке из Facebook не встретилось историй об инцесте и было значительно меньше историй о детском опыте — тогда как среди проанализированных публикаций из «Подслушано» они довольно распространены: в 20 публикациях из 50 автор пишет, что на момент происшествия был ребенком (до 13 лет), в 11 историй из 50 рассказывается об инцесте. Также в этой выборке в публикациях из «Подслушано» были истории, где сексуальное насилие сопровождалось побоями, похищениями или другими противозаконными действиями — в отличие от выборки из постов #янебоюсьсказать. Большая социальная приемлемость постов в рамках флешмоба #янебоюсьсказать касается не только описываемых эпизодов сексуального насилия, но и тех ситуаций, для которых в качестве accounts (justification) выступает история о сексуальном насилии — в «Подслушано» они более девиантные и даже противозаконные:

«В 13 лет меня изнасиловал собственный отец, я боялась сказать об этом маме, потому что он меня очень сильно запугал. Все это время жила с мыслью, что это произойдет снова и очень боялась. Сейчас мне 36, отсидела срок за убийство отца».

«В 13 лет меня изнасиловали, но я никому не сказала. А через пару лет он повесился. Я узнала где его похоронили, пошла и насрала на его могилу, а потом размазала часть говна по портрету».

То, что на более анонимной онлайн-площадке («Подслушано») распространены более «ненормальные» истории, которых практически нет среди проанализированных постов с менее анонимной платформы Facebook, а самых, наверное, табуированных — об инцесте — в выборке с менее анонимной онлайн-площадки нет совсем (в то время как из проанализированных публикаций в «Подслушано» они составляют около одной пятой), позволяет предположить, что такие истории о сексуальном насилии могут быть слишком неприемлемы для флешмоба #янебоюсьсказать и степени анонимности онлайн-площадки, на которой он проходил. Возможно, здесь играет роль и коллапс контекстов, который особенно должен мешать, если агрессором был знакомый человек (или даже родственник): ведь в друзьях может быть если не сам агрессор, то общие знакомые или общая родня. Например, очень сложно представить такую историю опубликованной на странице в социальной сети:

«Замужем 6 лет, секс ежедневный и не по разу. Счастливица скажете вы? Не все так просто. Впервые муж вечно покупает мне сладости. Растолстела, но худеть он мне не дает. Трахает меня только раком, минет, анал всегда раком. А главное в эти моменты на мне всегда маска поросенка, на руках, ногах самодельные копытца из поролона,

⁷ Нежеланные сексуальные предложения или намеки obscenного характера, обычно в адрес женщины.

хвостик на резинке. Я должна громко хрюкать, визжать, чавкая есть из миски на полу пока он меня @бет. Началось как приколы, незаметно стало адом. Уйти страшно, терпеть нет сил».

Важно не только то, что в выборке из Facebook нет настолько социально неприемлемых публикаций, как в «Подслушано», но и то, что в выборке из «Подслушано» практически нет наиболее «нормальных» историй — о харассменте и не в детском возрасте, которые составляют большую часть проанализированных постов в рамках флешмоба #янебоюсьсказать. Такие истории и отношение к ним отлично описываются одной из участниц флешмоба:

«Я всегда считала, что мне повезло, что я никогда всерьез не страдала от насилия и домогательств. Так, мелочи, с которыми сталкивалась каждая».

Получается, что мы наблюдаем своего рода нишевание этих онлайн-площадок с разной степенью анонимности по степени социальной приемлемости того, что на них публикуют — на более анонимной онлайн-площадке отыгрываются более далекие от нормы идентичности, на менее анонимной — более близкие к норме, социальному стандарту. Наличие более анонимной площадки позволяет раскрыться идентичности, которая иначе осталась бы скрытой, поскольку не вписывается в нормативность других, менее анонимных «сцен», а более социально приемлемые идентичности отыгрываются на менее анонимных онлайн-площадках — возможно, нет необходимости в том, чтобы скрывать это от своей обычной аудитории, а, возможно, слишком «нормальные» истории в «Подслушано» не публикуют (они могут быть не так интересны в качестве развлекательного контента). Мы можем предположить, что положение онлайн-площадки на континууме анонимности (или диапазон этих положений, которые возникают вследствие разных способов использования площадки) задает также некоторый диапазон соответствия норме, границу социальной приемлемости поведения для онлайн-площадки. Это не значит, что в «Подслушано» сексуальное насилие воспринимается как что-то нормальное: эти истории публикуются в теме «Пиздец», название которой красноречиво показывает оценку таких историй — но здесь они могут быть опубликованы, здесь идентичность, например, жертвы инцеста может быть отыграна.

Что касается объяснений-свидетельств в публикациях в рамках флешмоба #янебоюсьсказать и в «Подслушано», то меньшее количество объяснений-свидетельств в проанализированных публикациях с менее анонимной площадки может объясняться следованием групповой норме, специфичной для флешмоба #янебоюсьсказать, целью которого было сделать сексуальное насилие видимым, начать о нем разговор и бороться с обвинением жертвы. В связи с этим образ жертвы сексуального насилия а-ля #янебоюсьсказать предполагает, что жертва понимает, что случившееся не ее вина, что виноват только насильник:

«По крайней мере каждая из нас тогда поняла (я надеюсь!), что это не она спровоцировала, а дядя-доктор так развлекается».

Ни в одной из публикаций не было фразы «я сама виновата» или указания на то, что жертве на самом деле хотелось этого и понравилось — составляющих того, что феминистские исследователи называют «мифами об изнасиловании» (rape myths) [Lonsway, Fitzgerald, 1994], — и было бы странно увидеть такую публикацию под этим хэштегом, поскольку в большинстве публикаций обозначается,

что это вина насильника, и/или что насилие — системная проблема общества, в которой жертвы не виноваты и заслуживают только поддержки и сочувствия. В некоторых постах указывается, что описываемая ситуация раньше не казалась насилием — например, невозможность отказать в сексе партнеру (то, что насилие со стороны партнера не является насилием, — тоже один из «мифов об изнасиловании»), но теперь автор знает, что это насилие, и воспринимает этот опыт именно как ситуацию насилия:

«Помню, мой первый молодой человек, как я осознала только сейчас, читая чужой пост, совершал надо мной (возможно, больше психологическое) насилие. Он появился очень рано, я еще была не готова, но он постепенно и успешно склонял, вынуждал меня к интимным занятиям, оральному сексу, затем и к традиционному. Конечно, ни он, ни я, не считали тогда, что это насилие: ему просто хотелось большего, и он, вроде как, имел на это право, он же мой молодой человек; а я, со своей стороны, не знала, что делать, и вроде не отказывалась, не кричала, сама соглашалась».

На этом примере мы видим, как в рамках флешмоба производится социализация, принятие нормы, существующей в пространстве флешмоба. Читая чужие рассказы о сексуальном насилии, авторы принимают и интернализуют эту норму. Поэтому вряд ли можно представить себе пост об опыте сексуального насилия, полностью противоречащий фрейму сексуального насилия, который создает флешмоб, под этим хэштегом. А вот среди проанализированных публикаций в «Подслушано» такие истории есть:

«Вчера в клубе меня силой взял какой-то парень. Не предохранялся (слава Богу я пью противозачаточные из-за проблем «по женской части»). Ну а я сильно и не сопротивлялась... секса давно не было».

Использование accounts тоже входит в «традиционное» восприятие насилия в рамках «мифов об изнасиловании»: accounts переносят ответственность на кого-то/что-то кроме агрессора (стечение обстоятельств, сексуальную привлекательность жертвы или ее недостаточную информированность); accounts нормализуют насилие, оправдывают насильника и/или обвиняют жертву [Weiss, 2009: 820]. Это восприятие насилия противоречит идее флешмоба #янебоюсьсказать, который призван бороться с замалчиванием насилия и обвинением жертвы, и использование accounts не вписывается в групповую норму, которая существует внутри пространства флешмоба, норму, которую флешмоб, носящий активистский характер, создает в противовес «внешней» норме восприятия сексуального насилия, содержащей «мифы об изнасиловании» и располагающей к использованию accounts. Именно эта норма представлена в «Подслушано» — на онлайн-площадке, настолько большой (в одной группе «ВКонтакте» 3 миллиона 823 тысячи подписчиков) и разнородной, не объединенной одной идеей, что ее аудитория становится некоторым «обществом в миниатюре», и нормативность, которая там устанавливается, в некоторой степени соответствует нормам общества в целом. Поэтому меньшее присутствие accounts в выборке из Facebook и большее — в «Подслушано» можно рассматривать как результат следования групповым нормам этих онлайн-площадок. Однако и в постах в рамках флешмоба #янебоюсьсказать accounts встречаются, и в этом можно рассмотреть проникновение «внешней» нормы, доминирующего дискурса в пространство флешмоба,

незавершенную социализацию автора в рамках флешмоба. Следы этого проникновения можно увидеть и в том, что авторы многих публикаций на Facebook в самом начале текста писали, что это именно харассмент, а не изнасилование: «*Меня никогда не насиловали физически*», либо что с ними такого мало случилось: «*В моей жизни было четыре случая, всего четыре*», — старались показать, что их опыт не выходит за рамки приемлемого или распространенного.

В целом то, что для участников флешмоба, публикующих посты на персональных страницах, есть какой-то порог нормы, который в постах не переступается (проявляющийся, например, в том, что в выборке нет историй об инцесте, практически нет историй об изнасилованиях или детском опыте), тоже может быть индикатором этого проникновения: если сексуальное насилие — системная проблема общества, в котором не виновата жертва, то, что могло случиться с каждой(ым), то и история о неприятных прикосновениях в общественном транспорте, и история об изнасиловании — сходные явления, и одно не должно быть «нормальнее» другого. Тем не менее граница социальной приемлемости, о которой говорилось выше, дает нам возможность думать о стигматизации жертв сексуального насилия и о том, что изнасилование менее социально приемлемо (а инцест приемлем еще в меньшей степени) — то есть что «внешняя» норма, табуирующая разговор о сексуальном насилии, здесь проявляется, отсекая часть опытов и историй. Возможно, если бы этот флешмоб проходил на площадке с большей степенью анонимности (или если рассмотреть истории, опубликованные при большей степени анонимности — под фейковыми аккаунтами), то мы увидели бы больше таких социально неприемлемых историй и меньше accounts, потому что групповая норма флешмоба не предполагает использование accounts (наоборот — проникновение конкурирующей нормы, доминирующего дискурса), а соответствие групповой норме в анонимной среде выше [Postmes, Spears 1998; Postmes et al., 2001], даже если эта норма предполагает поведение, которое в другом контексте расценивается как девиантное (например, агрессия [Rösner, Krämer, 2016]). Публикуя пост на онлайн-площадке с любой степенью анонимности, человек подчиняется групповой норме, существующей на этой площадке (либо подвергается санкциям) — но положение онлайн-площадки на континууме анонимности (или диапазон возможной степени анонимности для пользователя на этой площадке) может задавать определенную степень соответствия этой норме в поведении пользователей.

Выводы

Положение онлайн-площадки на континууме анонимности может в некоторой степени определять нормативность этой площадки. Это позволяет сделать два основных вывода данной работы.

Во-первых, принятая на конкретной площадке степень анонимности задает диапазон социальной приемлемости контента, который на ней можно публиковать. Например, истории об изнасилованиях еще вписываются в нормативный диапазон флешмоба #янебоюсьсказать, а вот истории об инцесте — уже нет, их место на более анонимной площадке (где они довольно распространены). В то же время более «нормальные» истории, похожие на те, что мы видим в рамках флешмоба, практически отсутствуют на площадке с более высокой степенью анонимности —

получается, что у них разные диапазоны нормативности. Причем то, что более социально неприемлемый контент публикуется на более анонимной онлайн-площадке, не означает, что его содержание считается там нормальным: скорее можно сказать, что у площадки с довольно высокой степенью анонимности, коей является «Подслушано», относительно высокий уровень толерантности в отношении несоответствия социальному стандарту (в который сексуальное насилие, и, тем более, насилие в детстве или инцест не вписываются). То есть это достаточно близко к норме, чтобы это опубликовать, но слишком далеко от нее, чтобы это публиковалось не в теме «Пиздец». Таким образом, эта граница социальной приемлемости для контента, задаваемая степенью анонимности онлайн-площадки, производит своего рода распределение идентичностей по «сценам», исходя из того, насколько они социально приемлемы. Для того чтобы определенную идентичность можно было отыграть в интернете, необходимо наличие «сцены», площадки, в чью нормативность эта идентичность будет вписываться. Многообразие степеней анонимности среди онлайн-площадок позволяет жить в интернете идентичностям разной степени социальной приемлемости.

Во-вторых, степень анонимности онлайн-площадки может быть связана с тем, насколько соблюдаются групповые нормы, существующие на этой площадке. Флешмоб #янебоюсьсказать задал (внутри своего онлайн-пространства, «огороженного» хэштегом, и на отрезке времени, в течение которого флешмоб проходил) определенную нормативность, противоположную «внешней» норме восприятия сексуального насилия. Пытаясь бросить вызов внешней норме, он неминуемо остается в ее контексте, соотносится с ней и имеет ее в виду. В том числе это связано с тем, что аудитория социального представления в рамках флешмоба #янебоюсьсказать (в первую очередь друзья и подписчики автора в Facebook) разнородна (коллапс контекстов) и, скорее всего, следует «внешней» по отношению к флешмобу норме — и именно на нее флешмоб и рассчитан. Но степень анонимности низка, а репутационные эффекты высоки — поэтому слишком неприемлемые для этой «внешней» аудитории идентичности остаются скрытыми, а accounts, которые вроде бы противоречат групповой норме флешмоба, все-таки проникают в посты #янебоюсьсказать, нормализуя эти истории для аудитории.

Список литературы (References)

Хаустов Д. С. Теорема Томаса и особенности конструирования социальной реальности через массовые коммуникации // Социологические исследования. 2012. № 7. С. 29—36.

Khaustov D. S. (2012) Thomas theorem and features of construction of social reality through mass communications. Sociological Studies (Socis). No. 7. P. 29—36. (In Russ.)

Насилие и его влияние на здоровье. Доклад о ситуации в мире / под ред. Этьенна Г. Круга и др./ пер. с англ. М. : Издательство «Весь Мир», 2003.

World report on violence and health (2003). Ed. by Etienne G. et al. M. Ves Mir Publishers. (in Russ.)

Austin J. L. (1961) *Philosophical papers*. Oxford. Oxford University Press.

Bicchieri C. (2016) *Norms in the wild: How to diagnose, measure, and change social norms*. Oxford. Oxford University Press.

Bicchieri C. (2005) *The grammar of society: The nature and dynamics of social norms*. Cambridge. Cambridge University Press.

Cirucci A. M. (2015) Redefining privacy and anonymity through social networking affordances. *First Monday*. Vol. 20. No. 7. URL: <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/5465/4672> (accessed: 18.12.2017).

Christopherson K. M. (2007) The positive and negative implications of anonymity in Internet social interactions: «On the Internet, Nobody Knows You're a Dog». *Computers in Human Behavior*. Vol. 23. — No. 6. P. 3038—3056. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2006.09.001>.

Donath J. S. (1999) Identity and deception in the virtual community. In: M. A. Smith, P. Kollock (eds.) *Communities in cyberspace*. London & New York. Routledge. P. 29—59.

Ellison N. B. et al. (2007) Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*. Vol. 13. No. 1. P. 210—230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>.

Goffman E. (1959) *The presentation of self in everyday life*. New York. Anchor Books.

Hogan, B. (2013) Pseudonyms and the Rise of the Real-Name Web. In: Hartley J. et al. *A Companion to New Media Dynamics*. Chichester, UK. Blackwell Publishing Ltd. P. 290—308.

Joinson A. N. (2001) Self-disclosure in computer-mediated communication: The role of self-awareness and visual anonymity. *European journal of social psychology*. Vol. 31. No. 2. P. 177—192. <https://doi.org/10.1002/ejsp.36>.

Keipi T., Oksanen A. (2014) Self-exploration, anonymity and risks in the online setting: Analysis of narratives by 14—18-year olds. *Journal of Youth Studies*. Vol. 17. No. 8. P. 1097—1113. <https://doi.org/10.1080/13676261.2014.881988>.

Keipi T., Oksanen A., Räsänen P. (2015) Who prefers anonymous self-expression online? A survey-based study of Finns aged 15—30 years. *Information, Communication & Society*. Vol. 18. No. 6. P. 717—732. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2014.991342>.

Lapidot-Lefler N., Barak A. (2012) Effects of anonymity, invisibility, and lack of eye-contact on toxic online disinhibition. *Computers in human behavior*. Vol. 28. No. 2. P. 434—443. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.10.014>.

Lokot T. (2018) # IAmNotAfraidToSayIt: stories of sexual violence as everyday political speech on Facebook. *Information, Communication & Society*. P. 1—16. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1430161>.

Lonsway K. A., Fitzgerald L. F. (1994) Rape myths. In review. *Psychology of women quarterly*. Vol. 18. No. 2. P. 133—164. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1994.tb00448.x>.

Marwick A. E., Boyd D. (2011) I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New media & society*. Vol. 13. No. 1. P. 114—133. <https://doi.org/10.1177/1461444810365313>.

Postmes T., Spears R. (1998) Deindividuation and antinormative behavior: A meta-analysis. *Psychological bulletin*. Vol. 123. No. 3. P. 238. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.123.3.238>.

Postmes T. et al. (2001) Social influence in computer-mediated communication: The effects of anonymity on group behavior. *Personality and Social Psychology Bulletin*. Vol. 27. No. 10. P. 1243—1254. <https://doi.org/10.1177/01461672012710001>.

Rainie L., Lenhart A., Smith A. (2012) The tone of life on social networking sites. Washington. Pew Research Center's Internet & American Life Project.

Rösner L., Krämer N. C. (2016) Verbal venting in the social web: Effects of anonymity and group norms on aggressive language use in online comments. *Social Media+ Society*. Vol. 2. No. 3. P. 1—13. <https://doi.org/10.1177/2056305116664220>.

Scott M. B., Lyman S. M. (1968) Accounts. *American Sociological Review*. Vol. 33. No. 1. P. 46—62. <https://doi.org/10.2307/2092239>.

Scully D., Marolla J. (1984) Convicted rapists' vocabulary of motive: Excuses and justifications. *Social problems*. Vol. 31. No. 5. P. 530—544.

Shaw L. H., Gant L. M. (2002) In defense of the Internet: The relationship between Internet communication and depression, loneliness, self-esteem, and perceived social support. *Cyberpsychology & behavior*. Vol. 5. No. 2. P. 157—171. <http://dx.doi.org/10.1089/109493102753770552>.

Siegel J. et al. (1986) Group processes in computer-mediated communication. *Organizational behavior and human decision processes*. Vol. 37. No. 2. P. 157—187. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(86\)90050-6](https://doi.org/10.1016/0749-5978(86)90050-6).

Sood S. O., Churchill E. F., Antin J. (2012) Automatic identification of personal insults on social news sites. *Journal of the Association for Information Science and Technology*. Vol. 63. No. 2. P. 270—285. <https://doi.org/10.1002/asi.21690>.

Suler J. (2004) The online disinhibition effect. *Cyberpsychology & behavior*. Vol. 7. No. 3. P. 321—326. <https://doi.org/10.1089/1094931041291295>.

Tetzlaff D. (2000) Yo-ho-ho and a server of warez: Internet software piracy and the new global information economy. In: A. Herman & T. Swiss (eds.) *The World Wide Web and Contemporary Cultural Theory*. New York. Routledge. P. 99—126.

van der Nagel E., Frith J. (2015) Anonymity, pseudonymity, and the agency of online identity: Examining the social practices of r/Gonewild. *First Monday*. Vol. 20. No. 3. P. 1—10. <http://dx.doi.org/10.5210/fm.v20i3.5615>.

Wallace K. A. (1999) Anonymity. *Ethics and Information technology*. Vol. 1. No. 1. P. 21—31. <https://doi.org/10.1023/A:1010066509278>.

Weiss K. G. (2009) «Boys will be boys» and other gendered accounts: An exploration of victims' excuses and justifications for unwanted sexual contact and coercion. *Violence Against Women*. Vol. 15. No. 7. P. 810—834. <https://doi.org/10.1177/1077801209333611>.

СОЦИОЛОГИЯ ИНТЕРНЕТА

DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.13

Правильная ссылка на статью:

Вербилович О. Е. «Запрещенный прием»: инвалидность и публичный скандал в традиционных и интернет-медиа // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 1. С. 253—266. DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.13.

For citation:

Verbilovich O. E. “Forbidden trick”: disability and public scandal in traditional and online media. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. 2018. № 1. P. 253—266. DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.13.



О. Е. Вербилович

«ЗАПРЕЩЕННЫЙ ПРИЕМ»: ИНВАЛИДНОСТЬ И ПУБЛИЧНЫЙ СКАНДАЛ В ТРАДИЦИОННЫХ И ИНТЕРНЕТ-МЕДИА

«ЗАПРЕЩЕННЫЙ ПРИЕМ»: ИНВАЛИДНОСТЬ И ПУБЛИЧНЫЙ СКАНДАЛ В ТРАДИЦИОННЫХ И ИНТЕРНЕТ-МЕДИА

«FORBIDDEN TRICK»: DISABILITY AND PUBLIC SCANDAL IN TRADITIONAL AND ONLINE MEDIA

ВЕРБИЛОВИЧ Ольга Евгеньевна — аспирант факультета социальных наук Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», Москва, Россия.
E-MAIL: verbilovich.olga@gmail.com
ORCID: 0000-0001-9302-4463

*Olga E. VERBILOVICH*¹ — Post-Graduate Student
E-MAIL: verbilovich.olga@gmail.com
ORCID: 0000-0001-9302-4463

¹ National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia

Аннотация. Автор анализирует теории публичной сферы и публичного скандала, открывая перспективы исследований коммуникативных ситуаций трансгрессии привычных норм и форматов разговора про инвалидность. Выбранные кейсы публичных скандалов позволяют проиллюстрировать

Abstract. The author provides an analysis of the public sphere and public scandal as challenges for future research in communicative situations of transgression of habitual norms and forms of discourse on disability. The studied cases of public scandals illustrate the key changes in forms and content of dis-

значимые изменения форматов и содержания дискуссий про инвалидность в заданный период (2008—2017 гг.), а также служат своеобразным «моментальным снимком» возможных комбинаций традиционных и интернет-медиа в ситуации информационных всплесков вокруг обсуждаемых норм публичности. Опираясь на выбранные теоретические ресурсы и сравнительный анализ кейсов, автор строит типологию публичных скандалов вокруг инвалидности, а также объясняет репертуар реакций публики на открывающиеся этические дилеммы. Предложенный аналитический подход может быть применен как в исследованиях инвалидности, так и в исследованиях медиа, технологических и социальных функций публичных скандалов.

Ключевые слова: инвалидность, публичный скандал, публичная сфера, интернет, мобилизация сообщества

cussions about disability within the given period (2008—2017) and also serve as a «snapshot» of possible combinations of traditional and online media when there is informational surge around the discussed norms of publicness. Based on theoretical resources and comparative analysis of cases, the author proposes a typology of disability-related public scandals and explains possible public reaction to possible ethical problems. The author's analytical approach can be used in disability studies as well as studies related to media, technological and social functions of public scandals.

Keywords: disability, public scandal, public sphere, Internet, community mobilization

Традиционным понятием, с которого начинается публичный разговор про инвалидность в медиа, правозащитной практике и социальной политике, служит слово «проблема». Ситуация инвалидности и человек, являющийся носителем, как правило, видимой инвалидности, помещается в фокус журналистской истории, речи политика, проекта общественной организации с призывом решить ту или иную проблему. В декабре 2009 г. журналист А. Никонов опубликовал в российской газете «Спид-Инфо» статью «Добить, чтоб не мучился!» с предложением закрепить законодательно право на эвтаназию детей с синдромом Дауна, которые являются проблемой для государства и их семей. Общественная дискуссия, последовавшая за «скандальной» статьей, обнажила два важных процесса.

Во-первых, она показала, как невидимые среди популярных медийных площадок ЖЖ-дневники мам детей с инвалидностью в минимально короткие сроки распространили интернет-петицию и мобилизовали внимание родительского сообщества, общественных организаций, федеральных медиа и Общественной коллегии по жалобам на прессу¹. Дискуссия инициировала ревизию этических и профессиональных норм говорения об инвалидности как внутри, так и вне жур-

¹ Снежана Митина и Светлана Штаркова против газеты «Спид-Инфо» [Электронный ресурс] // Общественная коллегия по жалобам на прессу. 2—17 февраля 2010. URL: <http://presscouncil.ru/praktika/rassmotrennye-zhaloby/365-snezhana-mitina-i-svetlana-shtarkova-protiv-gazety-spid-info?showall=&limitstart=> (дата обращения: 05.12.2017).

налистского сообщества на институциональном уровне в духе коммуникативной рациональности Ю. Хабермаса — рефлексивный поиск общих оснований взаимопонимания и закрепления конвенций в публичном споре [Хабермас, 2016]. Изучение этого и других кейсов интернет-активности родительского сообщества, позволило исследовательнице С. Оатс говорить о демократизирующем потенциале интернета как рефлексивной в отношении офлайн-контекстов социокультурной среде, обладающей инструментами перемещения частных проблем в сферу публичного и политического дискурса в России [Oats, 2013].

Во-вторых, стала очевидна тенденция, которая также неразрывно связана с технологиями и социокультурными особенностями интернет-среды, а именно появление нового формата видимости темы инвалидности в публичной сфере — публичный или медийный скандал. В этой статье автор попытается раскрыть суть новизны и возможные эффекты такого формата видимости и говорения. Обращение к инвалидности как динамичной категории, смысл и содержание которой наполняется в процессе публичного спора, конфликта или диалога, дает возможность понять внутреннюю вариативность смыслов, многомерность и сложную архитектуру публичных пространств, акторов и типов дискурса инвалидности в онлайн- и офлайн-дискуссиях.

Опираясь на теоретические ресурсы классических и современных концепций публичной сферы и публичного скандала, а также анализ кейсов шести резонансных дискуссий вокруг темы инвалидности в российских медиа (с 2006 по 2017 гг.), автор статьи объясняет роль публичных скандалов в трансформации восприятия инвалидности, выстраивает типологию кейсов и описывает функции резонансных конфликтов вокруг инвалидности в общих социокультурных и политических контекстах. Социальные сети и YouTube — это пространства, в которых на равных позициях оказываются традиционные медиа и рядовые пользователи [Burgess, Green, 2009], поэтому они способствуют интенсивному вовлечению в тему и быстрому соприкосновению «нормальной» и «особенной» повседневности. Пользователь в некоторой степени «вынужден» составить свое мнение о допустимости тех или иных высказываний, дополняя тем самым общее пространство интерпретаций ситуации и норм понимания инвалидности, которые следует переосмыслить и (или) закрепить заново на уровне институциональных дискурсов. Анализ риторики и эффектов дискуссии позволяет описать стратегии регулирования скандалов и репертуар реакций публики: от удаления «некорректного» контента, поиска и наказания «виновных» (репрессивные стратегии) до стремления понять основания этического парадокса и найти пути его разрешения (рефлексивные стратегии). Исследователи публичной сферы, публичных скандалов и интернет-коммуникации предлагают разный набор аналитических инструментов, которые хорошо объясняют отдельные характерные черты публичных скандалов вокруг инвалидности, но ни один из рассмотренных исследовательских подходов не может претендовать на комплексное объяснение такого сложно структурированного и динамичного феномена, как публичный скандал. Оптимальной стратегией видится сочетание имеющихся аналитических оптик, хотя порой и противоречащих друг другу, но дающих возможность систематизировать и понять спонтанные, а иногда и вовсе неумовимые для глаза исследователя проявления публичного скандала.

Роль публичных скандалов в контекстуализации инвалидности

Конвенция ООН о правах людей с инвалидностью, ратифицированная Российской Федерацией 27 апреля 2012 г., предлагает относиться к инвалидности как эволюционирующему понятию. Инвалидность понимается как результат «взаимодействия, которое происходит между имеющимися нарушениями здоровья людьми и отношенческими и средовыми барьерами и которое мешает их полному и эффективному участию в жизни общества наравне с другими»². Смысловой акцент здесь переносится с человека на процесс взаимодействия, те затруднения, которые возникают в этом процессе и закрепляются в обществе. За такой правовой формулировкой стоит сложная история трансформаций публичного и академического дискурса. В 1990-х годах исследователи из США и Великобритании инициировали критическую рефлексию накопленного опыта исследований инвалидности в социальных науках [Barnes, Oliver, 1993; Barnes, Mercer, Shakespeare, 1999]. М. Оливер, К. Барнс, Т. Шекспир настаивали на необходимости преодоления рамок биомедицинских подходов и смещения фокуса исследований в сторону экономических, политических и социокультурных факторов, лежащих в основе феномена инвалидности. Следующим закономерным шагом стало обращение к тематике публичных дискуссий, медиадискурса и общественных движений [Titchkosky, 2000; Oliver, 1997; Grue, 2011; Ярская-Смирнова, Романов, 2009; Froehlich, 2012; Hartblay, 2014], цифровых контекстов взаимодействия [Oats, 2011; Ellis, Kent, 2011; Elcessor, 2016; Trevisian, 2017]. В этой статье инвалидность понимается, вслед за традицией исследований публичных дискуссий и публичной сферы, как зонтичная категория, смысл и содержание которой меняется в зависимости от контекстов и практик публичного взаимодействия.

Эффективным инструментом изучения динамики и форматов публичной дискуссии может выступать анализ кейсов публичных скандалов. Во-первых, такие кейсы сочетают в себе разноплановые и зачастую практически не встречающиеся друг с другом в иных контекстах пространства дискуссии — от постановочной или спонтанной дискуссии в телешоу на федеральных каналах, «скандальной» статьи в изданиях с многотысячной аудиторией до индивидуальных или коллективных интернет-петиций, периферийных пространств дискуссий в социальных сетях и «влогах». Во-вторых, моральная и эмоциональная нагруженность высказываний, а также стихийный характер трансгрессии одновременно вовлекают в дискуссию большое количество участников, которые вынуждены высказаться (в случае, к примеру, со статусными публичными фигурами) или получили такую возможность. Эти коммуникационные и нормативные особенности подчеркивает американский социолог А. Эдат, который помещает понятие публичного скандала в центр своей семиотической теории публичной сферы [Adut, 2005; 2012]. Если в случае со слухами, объясняет Эдат, вовлечение в обсуждение несет определенные риски, что скорее заставит уже вовлеченного участника воздержаться от публичных суждений и распространения информации, то в ситуации публичного скандала издержки скорее несет тот, кто проигнорировал необходимость высказаться [Adut, 2005: 218]. Анализируя такие знаковые исторические события, как дело

² Конвенция о правах инвалидов [Электронный ресурс] // ООН. URL: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/disability.shtml (дата обращения: 05.12.2017).

Дрейфуса и Оскара Уайльда, Уотергейтский скандал, Эдат предлагает свой взгляд на феноменологию скандала, который может служить аналитической рамкой для исследования функций и эффектов скандалов в разных социальных системах. Мы воспользуемся некоторыми понятиями и типологиями, предложенными исследователем, в описании результатов анализа выбранных кейсов.

В классических политических и медиа-исследованиях появление скандалов связывается с развитием жанра журналистского расследования [Tumber, Waisbord, 2004a; 2004b] и объясняется возрастающей видимостью в публичном пространстве политических лидеров [Thompson, 2000]. Социологи и политологи выделяют политические, экономические, коррупционные, научные скандалы, скандалы в сфере культуры и шоу-бизнеса, секс-скандалы, медийные и интернет-скандалы [Дмитриев, Сычев, 2014: 40; Тоерфл, 2001]. Несколько в стороне остается фокус на отдельном измерении скандалов — «talk scandals», в которых трансгрессия связывается с актом говорения [Ekström, Johansson, 2008]. Для анализа резонансных дискуссий вокруг темы инвалидности опыт исследований этого вида скандала будет особенно значимым. В выбранных кейсах наиболее заметные публичные роли распределяются как между индивидуальными (журналист, мать ребенка с инвалидностью, актер с инвалидностью), так и коллективными акторами (редакция газеты, телеканал, НКО). Такая многовекторность взаимодействия ставит следующие вопросы: в какой степени публичный скандал является индивидуальным или коллективным действием? При каких условиях стремительное перемещение приватной проблемы в публичное пространство влечет за собой мобилизацию внимания коллективных акторов и массовой аудитории? Каков механизм этого перемещения?

Частично примирить приватное и публичное здесь помогают рассуждения о таком типе социального действия, организующим ядром которого являются цифровые медиа — «коннективное действие» [Bennett, Segerberg, 2012]. Онлайн-публичность, заданная технологией и логикой «sharing», предлагает пространства для открытых по форме и гибких по содержанию высказываний, эффект которых в определенных контекстах может быть сопоставим с эффектами коллективного действия. Происходит своеобразное «отзеркаливание» смыслов и ожиданий, испытание границ высказывания и способов решения опубличенного противоречия. Логика коннективного действия позволяет встретиться неформальным и институциональным каналам коммуникации, умножает дружеские и доверительные контексты обсуждения «сложных» тем, о которых не принято рассуждать «вслух». И это его свойство становится значимым в ситуации непроговоренности множественных контекстов инвалидности, неразвитости институтов и легализованных процедур публичного спора, регулирования конфликтов (публичные судебные разбирательства, общественные советы и комиссии, публичные слушания).

Исследователь новых медиа Ф. Тепфль описывает такие контексты и эффекты, анализируя кейсы коррупционных полицейских скандалов, случившихся в России и Беларуси в 2008 и 2010 гг. [Тоерфл, 2011]. Полицейские обеих стран использовали «живой щит» из машин, чтобы остановить правонарушителей. Описание событий в YouTube и социальных сетях повлекли за собой волну публичного негодования и осуждения поступка правоохранителей. На примере описанных кейсов Тепфль рассуждает о новой природе политического и социального скандала, возмож-

ного, вопреки классическим политологическим теориям [Markovits, Silverstein, 1988], не только в либерально-демократических, но и в трансформирующихся политических режимах. Отличительными особенностями таких скандалов становится тот факт, что они проистекают из среды социальных медиа, наращивают громкость благодаря горизонтальным социальным сетям и индустрии YouTube. Многослойность смыслов и пространств вовлечения аудитории на пике скандала заставляет одновременно «резонировать» и горизонтальные, и вертикальные каналы коммуникации — «прогосударственные» федеральные и региональные медиа. Последние, с одной стороны, наращивают интенсивность обсуждения, а с другой — изменяют направление волны дискуссии, делегируя ответственность за случившееся низшим управленческим звеньям или внешним политическим силам. Таким образом, политические элиты получают возможность не только управлять скандалом, но и перенаправлять его эффекты в ситуации, способствующие решению актуальных политических задач.

Опыт теоретического объяснения и прикладных исследований показывает, что публичный скандал как событие публичной сферы обладает потенциалом интенсификации дискуссии об инвалидности в «непривычных» для публики контекстах массовой культуры, задает пространство и проявляет позиции акторов с разным набором символических ресурсов, становится пусковым механизмом трансформации социального понимания и способов эксплуатации инвалидности. Важный вопрос, который предстоит решить исследователю: как выбрать адекватные аналитические инструменты для изучения такого многослойного и противоречивого феномена?

Возможности измерения: типологизация публичных скандалов как исследовательский инструмент

Если в традиционных научных текстах о результатах исследования того или иного социального явления ограничениям метода, как правило, отводится один из заключительных разделов, то в случае с исследованиями публичных скандалов честное признание «неуловимости» и многослойности предмета, сложности выбора инструмента и фрагментарности возможных наблюдений, должно стать стартовым. Структура и механизмы развития публичного скандала могут складываться совершенно стихийно и содержать такое множество латентных факторов, которые сделают заведомо провальными любые аналитические конструкты. Тем не менее исследователь может уловить и наблюдать с той или иной степенью точности определенные закономерности развития, участников скандальных ситуаций и их публичные действия, а также некоторые последствия или эффекты. В этом исследовании попытка объяснить и описать такие измерения публичного скандала реализуется через испытание аналитического потенциала существующих исследовательских подходов к типологизации публичных скандалов. Каждый кейс описывается с точки зрения принадлежности к определенному «идеальному типу» скандала, который строится исходя из специфики ключевых акторов, каналов коммуникации и наблюдаемых последствий.

Следуя за феноменологией скандала А. Эдата, позволим себе предположить, что публичный скандал как проявление социальной коммуникации направлен на определенную аудиторию как на субъект и носитель нормы, к которому апеллируют акторы

события («norm audience» [Adut, 2005: 217—219]). По мнению Эдата, в зависимости от выбранного стиля обращения к носителю нормы и характера трансгрессии скандал может быть случайным, разоблачающим или провокативным (см. табл. 1). Иллюстрациями случайных, но долгосрочных по своим последствиям скандалов могут служить резонансная ситуация с О. Водяновой, сестрой модели и общественной деятельницы Н. Водяновой, в нижегородском кафе³ (2015 г.) или спонтанные некорректные высказывания ведущих передачи «Болячки» в эфире радио «Маяк»⁴ (2012 г.). В первом случае выдворение девушки с ДЦП и аутизмом и сопровождающей ее женщины из публичного пространства кафе получило огласку через пост Н. Водяновой на ее странице в Facebook. О случившемся высказались публичные фигуры разного уровня, в том числе представители власти региона, а также спикер Совета Федерации В. Матвиенко. Вскоре в отношении владельца кафе было возбуждено уголовное дело, а дискуссия вышла за рамки единичного случая и прозвучала на площадках государственных структур. Совет Федерации обратился к Правительству с просьбой обязать все места общественного питания обеспечить комфортный доступ в кафе людям с инвалидностью, один из депутатов Государственной Думы поднял вопрос законодательного утверждения института Уполномоченного по правам людей с инвалидностью в России. В прессе публиковались интервью с людьми с инвалидностью, чья роль в оценке ситуации была представлена как экспертная⁵. Развитие событий показывает, как «случайный» скандал может стать отдельной масштабной дискуссией, в которую одновременно вовлекаются как низовые акторы и неформальные сети, так и престижные публичные площадки с накопленным ресурсом мобилизации внимания и влиятельными спикерами. Этот скандал не только стал инструментом накопления политического и общественного веса, но и способствовал переопределению границ и содержания публичного дискурса, спровоцировал рефлексии о степени типичности индивидуального случая, его возможных причинах и необходимых выводах.

Таблица 1. *Виды скандалов, связанных с темой инвалидности в российских СМИ и интернете, 2006—2017 гг.*

«Случайный» скандал	Скандал-разоблачение	Скандал-провокация
Семья Водяновых и администрация кафе в Нижнем Новгороде (2015)	Сыктывкарское городское общество инвалидов и Л. Вокуев против песни «Люди-инвалиды» группы «Тату» (2006)	А. Никонов «Добить, чтобы не мучался!», «Спид-Инфо» и родители детей с инвалидностью С. Митина и С. Штаркова (декабрь 2009 — февраль 2010)
Ведущие программы «Болячки» на радио «Маяк» и высказывания о болезни муковисцидоз (2012)	Колонка журналиста «Комсомольской правды» Е. Арсюхина про актера Н. Вуйчича (2016)	
В. Познер, Р. Литвинова и танцор Е. Смирнов в шоу «Минута Славы» (2017)		

³ Семенова А. За сестру ответит [Электронный ресурс] // Газета.ру. 13.08.2015. URL: <https://www.gazeta.ru/social/2015/08/13/7686112.shtml> (дата обращения: 09.12.2017).

⁴ Скандал вокруг высказываний ведущих «Маяка» [Электронный ресурс] // РИА Новости. 4.12.2012. URL: https://ria.ru/trend/Mayak_radio_scamandal_22102012/ (дата обращения: 09.12.2017).

⁵ Маेतная Е. «Водянова — не Водянова, какая разница? Просто мы не понимаем друг друга» [Электронный ресурс] // Газета.ру. 13.08.2015. URL: <https://www.gazeta.ru/social/2015/08/13/7685650.shtml?updated> (дата обращения: 06.12.2017).

Можно предположить, что ключевой точкой интенсификации дискуссии выступил пост Н. Водяновой. В этом смысле в качестве условий, которые позволили дискуссии получить такой объем внимания публики, можно рассматривать не только возможности социальных сетей, но и статусность фотомодели и общественного деятеля, которая руководит тематическим фондом более 15 лет. Скандал с участием заметной публичной фигуры по своему эффекту шире репутации самой фигуры и может распространяться на институты, отношения и окружения. Схожим образом в скандалах с журналистами и радиоведущими (А. Никонов, А. Веселкин и В. Колосова, Е. Арсюхин и В. Познер) равными участниками споров и акторами, на которых публика возлагает ответственность за высказывание, становятся печатные СМИ, радио, телеканал («Спид-Инфо», радио «Маяк», «Комсомольская правда», «Первый канал»).

Для скандала-разоблачения, в отличие от «случайного», характерна меньшая степень стихийности и в большей степени устойчивая драматургия конфликта с заданным набором ролей. Есть некий коллективный или индивидуальный актер, апеллирующий к обществу как носителю нормы («norm audience» [Adut, 2005: 217—219]), и «отрицательный» герой, чьи действия или слова ведут к трансгрессии норм. Примерами таких скандалов могут быть осуждение представителями Сыктывкарского городского общества инвалидов и уполномоченным по правам человека в Республике Коми Л. Вокуевым песни группы «Тату» «Люди-инвалиды»⁶ (2006), а также интернет-петиция журналистки К. Потупчик против статьи главного редактора радио «Комсомольская правда» Е. Арсюхина о Нике Вуйчиче и «дефектных особях»⁷ (2016). При этом последний пример содержит в себе элементы как скандала-разоблачения, так и, возможно, скандала-провокации. Скрытый характер мотивов журналиста, создающего материал на границах трансгрессии норм, не позволяет говорить о преднамеренной или случайной провокации публики. Однако выбранный стиль рассуждения и содержание статьи, прошедшей редактуру и вышедшей в свет на сайте популярного издания с многотысячной аудиторией, говорят о попытке автора спровоцировать публику на сложный разговор. После активного публичного обсуждения материал был удален из колонки журналиста. Сам автор отметил, что «для интернет-публики статья стала сложной» и была неправильно понята. Такая интерпретация оставляет открытыми базовые ценностные вопросы журналистского сообщества. Каковы условия «сложности» темы? Должен ли профессиональный журналист их понимать и прогнозировать риски?

Близким по типу, но отличным по последствиям, структуре и механизму развития является отмеченный выше скандал со статьей А. Никонова. Можно предположить, что этот скандал стал самой протяженной по времени дискуссией. С момента публикации статьи до заседания Общественной коллегии по жалобам на прессу с подробным разбором аргументов сторон прошел почти год (декабрь

⁶ Кобыгина Н. Инвалиды обиделись на группу «Тату» [Электронный ресурс] // Российская газета. Федеральный выпуск № 4229. 23.11.2006. URL: <https://rg.ru/2006/11/23/tatu-invalidy.html> (дата обращения: 04.12.2017).

⁷ Колонка об «эволюции». Цепочка событий. Почему «Комсомолка» удалила текст, написанный в поддержку Ника Вуйчича? [Электронный ресурс] // Meduza. 18.04.2016. URL: <https://meduza.io/feature/2016/04/18/kolonka-odefektnyh-osobyah-tseepochka-sobytyj> (дата обращения: 02.12.2017).

2009 — февраль 2010). Здесь, как и в случае с некорректными высказываниями о болезни муковисцидоз ведущими радио «Маяк», публичное порицание было инициировано, в первую очередь, сплоченным родительским сообществом. И если в случае со статьей Никонова инструментом мобилизации внимания к теме стали ЖЖ-дневники мам детей с инвалидностью, то в случае с «Маяком» главной площадкой высказывания родителей и специалистов, работающих с заболеванием, стали традиционные СМИ (главным образом пресса). Кейс со статьей в «Спид-Инфо» остается до настоящего времени едва ли не единственным примером институционализированного публичного спора о нормах и правилах говорения про инвалидность, в котором в равной степени приняли участие ключевые акторы скандала, журналистское и гражданское сообщества. Общество попыталось договориться в духе коммуникативной рациональности Ю. Хабермаса [Habermas, 1984; Вербилович, 2013], когда определяющими принципами публичной дискуссии становятся беспристрастное суждение и стремление найти общие основания для конструктивного диалога. И, напротив, случай с риторикой программы «Болячки» на «Маяке» продемонстрировал жесткие реактивные стратегии регулирования спора — закрытие передачи и увольнение ведущих. Частично такой характер санкций можно объяснить спецификой публичности радиформата и производимого в нем материала. Если в прессе спорную статью можно обсуждать или удалять по требованию аудитории, то в радиоэфире последствия публичного высказывания становятся неотделимыми от самой фигуры ведущего и его передачи.

Трансгрессия, заключенная в акте говорения, является отличительной чертой скандалов вокруг инвалидности. Новая волна исследований в русле теории политического скандала и новой видимости Дж. Томпсона фокусируется на понятии «talk scandal» как медиатизированного разговора, в котором нарушаются и перераспределяются границы дискурсивных норм и кодов [Ekström, Johansson, 2008: 63—64]. Если руководствоваться теорией Томпсона и ее современной критикой, лишь один из рассмотренных кейсов исследования (скандал с О. Водяновой) можно отнести к скандалам второго порядка — случившимся вне медиасреды, но получившим резонанс благодаря традиционным и новым медиа. Остальные примеры так или иначе можно определить как скандалы первого порядка, с характерными для «talk scandals» фазами драматизации, сторителлинга и инструментами привлечения внимания.

Стратегии регулирования скандала и реакции публики можно различать по характеру обратного действия и степени рефлексии (см. табл. 2). На уровне частных повседневных практик наблюдаются как выбор позиции «молчаливого наблюдателя», так и словесное осуждение, за которым может последовать весомое публичное действие — создание интернет-петиции, коллективный протест, институциональный диалог, уголовное и судебное разбирательство, репрессивные санкции (увольнение «виновных»).

По степени аффективности континуум реакций можно представить на шкале от индивидуального эмоционального осуждения к публичному преобразованию и переносу трансгрессии на другой объект [Ahmed, 2004]. К примеру, предложение Р. Литвиновой «пристегнуть ногу» танцору без ноги Е. Смирнову на шоу «Минута сла-

вы»⁸ мигрировало в ситуацию выбора к участию в конкурсе «Евровидение-2017» певицы на инвалидной коляске Ю. Самойловой («Ю. Самойловой предложили отстегнуть коляску»). С другой стороны, этот же скандал с участником шоу «Минута славы» и последующая общественная дискуссия в дальнейшем стали поводом для рефлексивных публикаций о правилах говорения про инвалидность в популярных интернет-изданиях.

Таблица 2. Стратегии регулирования трансгрессии и реакции публики

Репертуар стратегий и реакций	
По характеру обратного действия	От «молчаливого наблюдателя» до стратегий удаления любого контента. От словесного осуждения до коллективного протеста. Репрессивные санкции, поиск и наказание «виновных» (увольнение спикеров, редакторов и т.д.).
По степени рефлексии	<i>Аффективное участие:</i> от эмоционального осуждения до воспроизводства стереотипов; преобразование и перенос риторики в другие контексты (на других акторов). <i>Рефлексивное участие:</i> стремление понять основания этического парадокса и найти пути его разрешения, поиск конвенций и правил говорения и взаимодействия (примеры публикаций об этических нормах и правилах коммуникации с разными социальными группами в «Meduza», «Wonderzine», «Такие Дела»).

Анализ кейса из шоу «Минута славы» позволил схематически представить механизм миграции темы из пространства традиционных медиа федерального уровня в интернет-среду (см. рис. 1). Выпуск передачи был стихийно вынесен в поле неформальных дискуссий в Facebook, стал поводом для создания отдельных выпусков в видеоблогах YouTube, выйдя за рамки «традиционных» площадок присутствия темы инвалидности в публичных офлайн- и онлайн-пространствах. Высказывания судей программы стали обсуждаться в периферийных влогах, авторами которых являются рядовые пользователи YouTube с относительно большим количеством подписчиков, но без символического капитала статуса журналиста, публичного деятеля или популярного видеоблогера (например, «Мария Говори», «ICHOS TV», «Тимур Нури», «Валерон LIVE» и др.). Высказывания таких авторов стирают границы между публичным и приватным разговором, вписываясь в логику коннективного действия, которое позволяет совершать публичное действие в относительно «безопасных» приватных и доверительных контекстах социальных сетей. Эффект такого действия в некоторых контекстах становится сопоставимым по своим результатам с прямым коллективным действием. Результаты перемещения дискуссии в социальные медиа повлияли на риторику и стратегии регулирования спорной ситуации внутри самого влиятельного российского телеканала (публичное «извинение» В. Познера, увольнение сотрудника, отвечавшего за просмотр шоу до эфира).

⁸ «Чтобы не эксплуатировать эту тему»: Владимир Познер и Рената Литвинова раскритиковали участника шоу «Минута славы», танцевавшего без протеза [Электронный ресурс] // Meduza. 6.03.2017. <https://meduza.io/feature/2017/03/06/chtoby-ne-ekspluatirovat-etu-temu-vladimir-pozner-i-renata-litvinova-raskritikovali-uchastnika-shou-minuta-slavy-tantsevavshego-bez-proteza> (дата обращения: 02.12.2017).

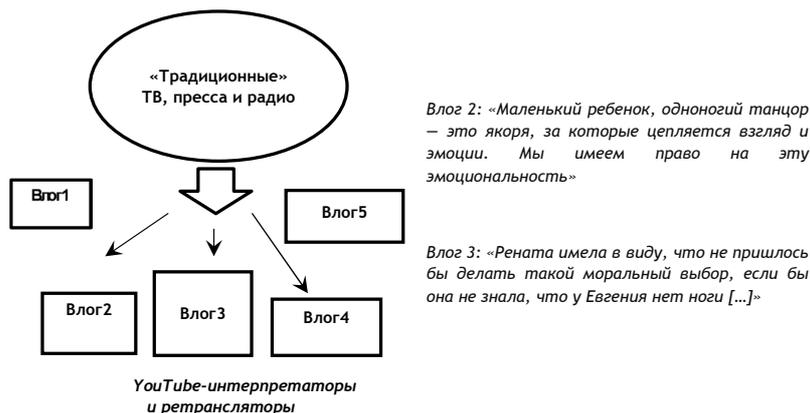


Рисунок 1. Механизм перемещений темы в публичной дискуссии⁹

Выводы из этого кейса согласуются с объяснением механизма возникновения и функционирования «интернет-скандала», которое предложил Ф. Тепфль. Публичное обсуждение в такой ситуации становится возможным лишь в среде социальных сетей и блогов. Руководство возлагает ответственность за «оговорки» судей с телешоу на сотрудников телеканала, с последующим увольнением одного из них. При этом сами высказывания и их последствия остаются вне фокуса внимания, а образовавшийся стихийно скандал используется как готовый стратегический инструмент для регулирования политического конфликта в споре между Россией и Украиной о правилах участия российской исполнительницы в конкурсе «Евровидение — 2017».

Тем не менее результатом этого случая, как и других рассмотренных публичных скандалов вокруг инвалидности, становится публичное вскрытие архаичных шаблонов инвалидности, движение определений и понимания инвалидности к повседневным контекстам, преодоление барьеров говорения. Типологизация и сравнение кейсов публичных скандалов как исследовательский инструмент помогают понять контексты, функции и эффекты конфликтных измерений публичного разговора про инвалидность. Четыре из шести описанных в этом исследовании резонансных случаев (за исключением скандала с песней группы «Тату», а также риторики ведущих радио «Маяк») стали публично обсуждаемыми через «организованность технологий» [Bennet, 2012: 755]. Социальные сети, видеоблоги, интернет-медиа стали теми публичными площадками, на которых пользователи получили возможность индивидуального или коллективного высказывания в ответ на заданные обществом этические дилеммы.

Выводы

Сравнение кейсов публичных скандалов показывает, что за последние десять лет дискуссия о нормах и правилах публичного разговора про инвалидность стано-

⁹ Схема показывает, как сообщение из традиционных медиа распадается на множество оценочных сообщений-влогов. Выбранные цитаты — примеры содержания некоторых из них.

вится интенсивнее, умножается в форматах и возникает в самых привычных для широкой публики современных пространствах публичной сферы — социальных медиа. Там, где фактически каждый соприкасается с необходимостью проблематизировать собственные представления о том, что такое инвалидность. Дискуссия вокруг статьи А. Никонова является единственным примером публичного спора в рамках делиберативной институции. Сегодня функции таких институций и площадок в споре об этических нормах и правилах говорения про инвалидность стали выполнять социальные сети и интернет-медиа. На пике дискуссии инвалидность становится неким процессом обсуждения, когда нормы и рамки подвижны, нет жестких правил и табу. Есть общие моральные договоренности и множество контекстов, в которых эти договоренности должны обсуждаться. В случаях политических и коррупционных скандалов, резонансах вокруг дискурсов национальности можно наблюдать уже выработанный репертуар правил говорения и отношения к ситуации — моральные табу, правовые санкции, проговоренные публично и закрепленные практикой правила освещения подобных событий журналистским сообществом. В ситуациях скандалов вокруг инвалидности понять и описать такой репертуар пока достаточно сложно. Как в силу противоречивых традиций публичного разговора про инвалидность в советском прошлом, отчасти продолжающихся в современности, так и в силу сложности структуры и многообразия проявлений самого феномена. Каждая «скандальная» ситуация привязывается к определенным контекстам, социальным группам, индивидам. Образуется пространство проговаривания «непривычного» или неведомого обществу ранее явления (например, особенностей болезни муковисцидоз). Вследствие этого сам формат говорения и выбираемые выражения могут, с одной стороны, вести к конфликту и травмировать уязвимые сообщества, с другой — внезапно вбрасывать тему в публичное пространство, закрывая информационные и этические пробелы, высвобождая пространства для мобилизации и голоса самих сообществ в публичной сфере. Следующим перспективным шагом исследования в русле предложенного подхода может стать плотный дискурсивный анализ содержания и контекстов коммуникации внутри и между публичными скандалами. Такой одновременный взгляд «сверху» и «изнутри» поможет описать и объяснить сложное переплетение и содержание онлайн- и офлайн-взаимодействий в ситуации столкновения дистанцированных друг от друга пространств и дискурсов не только в исследованиях инвалидности, но и в более широком контексте исследований коммуникации в современных публичных скандалах.

Список литературы (References)

Вербилович О. Е. Теория коммуникативного действия: ключевые категории и познавательный потенциал // Публичная сфера: теория, методология, кейс-стади/ сб. статей под ред. Е. Р. Ярославской-Смирновой. М. : Вариант : ЦСПГИ, 2013. С. 35—52.

Verbilovich O. E. (2013) The Theory of communicative action: key categories and cognitive potential. In: Public sphere: theory, methodology, case study. Ed. by Elena R. Iarskaia-Smirnova, Pavel V. Romanov. Moscow: Variant, Center for Social Policy and Gender Studies. P. 35—52. (in Russ.)

Дмитриев А. В., Сычев А. А. Скандал. Социофилософские очерки. М. : ЦСП и М. 2014.

Dmitriev A. V., Sychev A. A. (2014) Scandal. Sociophilosophical essays: M.: CSP&M. 2014. (in Russ.)

Хабермас Ю. Структурное изменение публичной сферы. Исследования относительно категории буржуазного общества. М. : Весь Мир. 2016.

Habermas J. (2016) The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society. Moscow: Ves Mir Publishers. (in Russ.)

Ярская-Смирнова Е. Р., Романов П. В. Герои и тунеядцы: иконография инвалидности в советском визуальном дискурсе // Визуальная антропология: режимы видимости при социализме/ под ред. Е. Ярской-Смирновой, П. Романова. М. : Вариант : ЦСПГИ. 2009. С. 289—331.

Iarskaia-Smirnova E. R., Romanov P. V. (2009) Heroes and Spongers: The Iconography of Disability in Soviet Visual Discourse. In: E. Iarskaia-Smirnova, P. Romanov (eds.). Visual Anthropology: Regimes of Recognition under Socialism. Moscow: Variant; CSPGS. P. 289—331. (in Russ.)

Adut A. (2005) A Theory of Scandal: Victorians, Homosexuality, and the Fall of Oscar Wilde. *American Journal of Sociology*. Vol. 111. No. 1. P. 213—248. <https://doi.org/10.1086/428816>.

Adut A. (2012) A Theory of the Public Sphere. *Sociological Theory*. Vol. 30. No. 4. P. 238—262. <https://doi.org/10.1177/0735275112467012>.

Ahmed S. (2004). *Cultural Politics of Emotion*. New York: Routledge.

Barnes C., Mercer G., Shakespeare T. (1999) *Exploring Disability: A Sociological Introduction*, 1st edn. Cambridge: Polity.

Barnes, C., Oliver, M. (1993). Disability: A sociological phenomenon ignored by sociologists. Leeds University Disability Study Archive Paper. Retrieved from <http://www.leeds.ac.uk/disability-studies/archiveuk/Barnes/soc%20phenomenon.pdf>.

Bennett L. W., Segerberg A. (2012) The Logic of Connective Action. *Information, Communication & Society*. Vol. 15. No. 5. P. 739—768. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.670661>.

Burgess J., Green J. (2009) *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. Cambridge, UK: Polity Press.

Ekström M., Johansson B. (2008) Talk scandals. *Media, Culture & Society*. Vol. 30. No. 1. P. 61—79. <https://doi.org/10.1177/0163443707084350>.

Ellcessor E. (2016) *Restricted Access: Media, Disability, and the Politics of Participation*. New York: New York University Press.

Ellis K., Kent M. (2011) *Disability and New Media*. Routledge Studies in New Media and Cyberculture. New York: Routledge.

- Froehlich C.* (2012) Civil society and the state intertwined: the case of disability NGOs in Russia. *East European Politics*. Vol. 28. No. 4. P. 371—389. <https://doi.org/10.1080/21599165.2012.718269>.
- Grue J.* (2011) Disability and discourse analysis: Some topics and issues. *Discourse and Society*. Vol. 22. No 5. P. 532—546. <https://doi.org/10.1177/0957926511405572>.
- Habermas, J.* (1984). *The theory of communicative action*. Boston: Beacon Press. (V.2).
- Hartblay C.* (2014) Welcome to Sergeichburg: disability, crip performance, and the comedy of recognition in Russia. *The Journal of Social Policy Studies*. Vol. 12. No. 1. P. 111—125.
- Markovits A. S., Silverstein M.* (eds.) (1988) *The Politics of Scandal: Power and Processes in Liberal Democracies*. New York: Holmes & Meier.
- Oats S.* (2011) From Parent to Protestor on the Post-Soviet Internet: Locating and Evaluating Political Web Spaces for Families of Children with Genetic Disabilities in Russia // Paper presented at the European Consortium for Political Research, Reykjavik, Iceland, August 2011.
- Oates S.* (2013) *Revolution Stalled: The Political Limits of the Internet in the Post-Soviet Sphere*, Oxford; New York: Oxford University Press.
- Oliver M.* (1997) The Disability Movement is a New Social Movement. *Community Development Journal*. No. 32. P. 244—251. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.2006.00669.x>.
- Thompson J. B.* (2000) *Political Scandal: Power and Visibility in the Media Age*. Cambridge: Polity Press.
- Titchkosky T.* (2000) Disability Studies: The Old and the New. *The Canadian Journal of Sociology*. Vol. 25. No. 2. P. 197—224.
- Toepfl, F.* (2011). Managing public outrage: Power, scandal, and new media in contemporary Russia. *New Media & Society*. Vol. 13. No. 8. P. 1301—1319. <https://doi.org/10.1177/1461444811405021>.
- Trevisian F.* (2017) Crowd-sourced advocacy: Promoting disability rights through online storytelling. *Public Relations Inquiry*. Vol. 6. No. 2. P. 191—208. <https://doi.org/10.1177/2046147X17697785>.
- Tumber H., Waisbord S. R.* (2004a) Introduction: Political Scandals and Media across Democracies, Volume I. *American Behavioral Scientist*. Vol. 47. No. 8. P. 1031—1039. <http://dx.doi.org/10.1177/0002764203262275>.
- Tumber H., Waisbord S. R.* (2004b) Introduction: Political Scandals and Media across Democracies, Volume II. *American Behavioral Scientist*. Vol. 47. No. 9. P. 1143—1152. <https://doi.org/10.1177/0002764203262340>.

СОЦИОЛОГИЯ ИНТЕРНЕТА

DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.14

Правильная ссылка на статью:

A global public sphere of compassion? #JeSuisCharlie and #JeNeSuisPasCharlie on Twitter and their language boundaries / Бодрунова С. С., Смолярова А. С., Блеканов И. С., Журавлева Н. Н., Данилова Ю. С. // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 1. С. 267—295. DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.14.

For citation:

Bodrunova S. S., Smoliarova A. S., Blekanov I. S., Zhuravleva N. N., Danilova Yu. S. A global public sphere of compassion? #JeSuisCharlie and #JeNeSuisPasCharlie on Twitter and their language boundaries. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. 2018. № 1. P. 267—295. DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.14.



**С. С. Бодрунова, А. С. Смолярова, И. С. Блеканов,
Н. Н. Журавлева, Ю. С. Данилова**

A GLOBAL PUBLIC SPHERE OF COMPASSION?

**#JESUISCHARLIE AND #JENESUISPASCHARLIE ON TWITTER AND THEIR
LANGUAGE BOUNDARIES**

A GLOBAL PUBLIC SPHERE OF
COMPASSION? #JESUISCHARLIE AND
#JENESUISPASCHARLIE ON TWITTER
AND THEIR LANGUAGE BOUNDARIES

A GLOBAL PUBLIC SPHERE OF COMPAS-
SION? #JESUISCHARLIE AND #JENESU-
ISPASCHARLIE ON TWITTER AND THEIR
LANGUAGE BOUNDARIES

БОДРУНОВА Светлана Сергеевна — доктор политических наук, профессор кафедры менеджмента массовых коммуникаций Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета, Санкт-Петербург, Россия.

*E-MAIL: s.bodrunova@spbu.ru
ORCID: 0000-0003-0740-561X*

*Svetlana S. BODRUNOVA¹ — Doctor of Political Science, Professor
E-MAIL: s.bodrunova@spbu.ru
ORCID: 0000-0003-0740-561X*

¹ Saint-Petersburg State University, Saint-Petersburg, Russia

*СМОЛЯРОВА Анна Сергеевна — кандидат политических наук, доцент Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета, Санкт-Петербург, Россия.
E-MAIL: a.smolyarova@spbu.ru
ORCID: 0000-0002-8906-1656*

*Anna S. SMOLIAROVA¹ — Candidate of Political Science, Associate Professor
E-MAIL: a.smolyarova@spbu.ru
ORCID: 0000-0002-8906-1656*

*БЛЕКАНОВ Иван Станиславович — кандидат технических наук, доцент с возложением обязанностей заведующего кафедрой технологии программирования Санкт-Петербургского государственного университета, Санкт-Петербург, Россия.
E-MAIL: i.blekanov@spbu.ru
ORCID: 0000-0002-7305-1429*

*Ivan S. BLEKANOV¹ — Candidate of Technical Science, Associate Professor
E-MAIL: i.blekanov@spbu.ru
ORCID: 0000-0002-7305-1429*

*ЖУРАВЛЕВА Нина Николаевна — кандидат политических наук, доцент Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета, Санкт-Петербург, Россия.
E-MAIL: pr_nina@mail.ru
ORCID: 0000-0002-6898-8655*

*Nina N. ZHURAVLEVA¹ — Candidate of Political Science, Associate Professor
E-MAIL: pr_nina@mail.ru
ORCID: 0000-0002-6898-8655*

*ДАНИЛОВА Юлия Сократовна — кандидат политических наук, доцент Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета», Санкт-Петербург, Россия.
E-MAIL: yulya.danilova@gmail.com
ORCID: 0000-0002-7932-2066*

*Yulia S. DANILOVA¹ — Candidate of Political Science, Associate Professor
E-MAIL: yulya.danilova@gmail.com
ORCID: 0000-0002-7932-2066*

¹ Saint-Petersburg State University, Saint-Petersburg, Russia

Аннотация. В последнее десятилетие дискуссии в Интернете, маркированные хэштегами, и участвующие в них социальные группы породили новое и быстро растущее поле междисциплинарных исследований. Оно связывает изучение общественного мнения, исследования публичной сферы

Abstract. Within the last decade, hashtag-based publics and various aspects of the discussions produced by them have created a rapidly growing field of interdisciplinary research linking public opinion and public sphere studies to social network analysis. Despite this growth, there is still scarce evidence that 'Habermas

и анализ социальных сетей. Но все эти исследования пока однозначно не ответили, «можно ли найти Хабермаса в Твиттере», — в силу экспрессивности и недиалогичности коммуникации в социальных сетях, низкого потенциала тематических дискуссий по созданию «перекрестка мнений», а также языковых границ, препятствующих кросс-культурной дискуссии пользователей и развитию глобальной публичной сферы.

Данное исследование призвано оценить языково-пространственный аспект дискуссий под двумя «аффективными» и взаимоисключающими хэштегами, отражающими ценностные позиции пользователей Твиттера, — #JeSuisCharlie и #JeNeSuisPasCharlie. Мы оцениваем языковое распределение в коллекциях твитов и распространение хэштег-маркированных обсуждений за пределы французского языка. Для идентификации языковой структуры дискуссии используются автоматизированный веб-краулинг, ручное кодирование коллекций твитов, реконструкция веб-графов, их визуальный и сетевой анализ.

Результаты исследования свидетельствуют о том, что, несмотря на разницу в объеме обсуждения, обе дискуссии имеют сходную языковую структуру, включающую языково-обусловленные «эхо-камеры» как на уровне самой дискуссии (особенно для #JeNeSuisPasCharlie), так и внутри нее; при этом дискуссии не демонстрируют «столкновение цивилизаций» и не являются по-настоящему глобальными. В трансграничных дискуссиях идея «эхо-камер» выходит на уровень национального языка. Мы также пока-

is on Twitter', due to the affective and non-dialogue nature of expression in social networks, seemingly low capacity of ad hoc discussions to create 'opinion crossroads', and language boundaries that prevent, i. a., cross-cultural participation of users in a given discussion and, thus, do not let the global public sphere develop. Having this in mind, we explore the spatial dimension of two affective hashtag-based publics with mutually exclusive value-loaded positions — #JeSuisCharlie and #JeNeSuisPasCharlie. We look at language distribution within the tweet collections and the expansion of the hashtagged discussion to the languages other than French. To trace the discussion outbursts, we use automated web crawling, manual coding of tweet collections, and web graph reconstruction and visual analysis. Our results suggest that, despite the differences in the volume of expression, the language structure of both hashtags was quite similar and formed echo chambers on the level of a hashtag as well as on sub-levels. Also, we see that bilingual but not multilingual users bridge the sub-level echo chambers. We argue that global compassion publics not only lift up the idea of echo chambers to a new level (since 'national' language-based echo chambers clearly show up on the discussion graphs) but also revive the concept of spiral of silence.

зываем, что билингвальные, а не мультилингвальные пользователи являются связующими узлами многоязычной дискуссии.

Ключевые слова: глобальная публичная сфера, Твиттер, «Charlie Hebdo», веб-краулинг, эхо-камеры

Благодарность. Исследование выполнено при поддержке Российского научного фонда (грант 16-18-10125)

Keywords: global public sphere, Twitter, Charlie Hebdo, web crawling, echo chamber

Acknowledgements. This research has been supported in full by Russian Science Foundation (research grant 16-18-10125).

Introduction

Within the last decade, hashtag-based publics and various aspects of the discussions produced by them have created a rapidly growing field of interdisciplinary research linking public opinion and public sphere studies to social network analysis. This analysis, in its big part, has focused on whether the online discussions are more horizontal and all-involving than traditional mass-mediated communication, with inherent hopes that people go online more to argue than to agree [Yardi, Boyd, 2010b] and that 'Habermas is on Twitter' [Bruns, Highfield, 2015]. These metaphors were expressions of expectations of an 'opinion crossroads' that would, *i. a.*, form on a global scale. But, with time, the research has shown that the so-called echo chambering [Sunstein, 2002; Colleoni et al., 2014] based on user homophily of varying nature prevents all-involving discussions from formation in many cases.

The most natural barrier for a global 'opinion crossroads' is language difference, and several studies have explored the language structure of Twitter itself as well as that of individual hashtagged discussions. These studies mostly focused on whether structural features of user ego-networks and discussion graphs are somehow bound or determined by languages used by discussion participants. Findings by these studies reviewed below show significant misbalances in language representation on Twitter on the whole as well as in individual discussions; also, they indicate special roles of multilingual accounts in bridging the discussion nebulae.

But these studies are still scarce, and they do not provide for the difference between various types of hashtags, as well as do not pose the question of globality of the discussions under scrutiny. To address these gaps, we use one of the first transnational discussions on inter-ethnic conflicts, namely the *Charlie Hebdo* massacre in Paris in January 2015. The discussion has reached global Twitter trending topics (as marked by several trend analytics agencies) and exposed a conflict of civilizational level; at the same time, it was 'national' in terms of context, actors involved, and the language of hashtags themselves. Thus, the *Charlie Hebdo* case allows for assessing the limitations of a globally newsworthy hashtagged discussion the biggest part of which is expected to be on the language other than English. Also,

importantly, this conflict has created a pattern for expressing solidarity online ('*je suis Charlie*') that has been re-appearing for dozens of similar conflicts in 2015—2018, as well as a rebuttal pattern ('*je ne suis pas Charlie*'). It would be intuitive to suggest that the audiences who used #JeSuisCharlie and #JeNeSuisPasCharlie would differ in their relation to the conflict — and, thus, that they would use different languages (e. g. French and Arabic). Or, one may suggest that the compassion hashtag that was the one that reached global Twitter trends was global in terms of language spread, while rebuttal hashtag was more in-European, as it touched the context of other cases of human rights vs. traditional Muslim values and customs (*Jyllands-Posten* cartoons, wearing burqa and burqini, building of mosques etc.).

To do this, we have collected the discussion outbursts in the immediate aftermath of the attack to the editorial office of the French magazine and have analyzed them in terms of languages present in the discussion. To do that, we have used automated Twitter crawling, web graph reconstruction and social network analysis to collect the discussion bulk and define influential users, as well as coding of tweets and graph visualization to reproduce the language structure of the two discussions.

The remainder of the paper is organized as follows. In Section 2, we review today's approaches to analyzing global public sphere, its conflictual aspects, and its representation on social media. In Section 3, we shortly describe the case and develop the research questions and hypotheses. Section 4 is dedicated to reconstructing our methodology; Section 5 describes the results and discusses them against the 'echo chamber' and 'spiral of silence' concepts [Noelle-Neumann, 1980; Sunstein, 2002].

The global public sphere on Twitter

The concept of global public sphere in communication studies. Since the 1990s, globalization of social relations, the rapidly rising interconnectedness of communication infrastructure, growth of transnational political institutions, and a wave of criticism to the rising roles and lowering control over international organizations also called for studies of global(ized) public opinion [Sparks, 2001, 2005]. The scholarly discussion on whether the global public sphere is already present to some extent or whether its existence is at all possible is rooted in the dialectical nature of globalization [Beck, 2000; Sparks, 2004]. Till today, the scholarly community is divided into those who recognize the rise of the global public sphere and those who deny it [Fraser, 2014]. One of the supporters of the concept was Manuel Castells who stated that 'there [was] a public sphere in the international arena' between global civil society, states, and global non-state actors, as well as 'multinational business, world religions, cultural creators, public intellectuals, and self-defined global cosmopolitans' [Castells, 2008: 80], thus linking the global public sphere to the existence of global (or international) civil society and the rising number of *ad hoc* forms of global governance and communication. Several important works have also shown that transnational social movements have contributed to the establishment of the global public sphere [Guidry et al., 2000; Smith, 2007; Castells, 2008; Cottle, Lester, 2011].

In communication studies, the early global/transnational public sphere theory focused mostly on globalization of news and media, as media of transnational reach and traditional nature were seen as 'the necessary material framework for any global

public sphere that might exist or emerge' [Sparks, 2001: 76]. While media content still remains more nation-oriented than globalized [Hafez 1999, 2007; Berglez, 2008; Wilke et al., 2012], several studies revealed homogenization of journalistic practices and media production patterns as well as that of reactions of media audiences to global issues [Cottle, 2011; Du, 2012; Curran et al., 2015], which fueled expectations for further media convergence and intermedia agenda setting on the global scale. Ingrid Volkmer who developed the concept in the 2000s suggested that a 'particular globalized communication' has emerged instead of fully global communication [Volkmer, 2007: 58]. At the same time, she believes that globalized media flows now enabled 'space-based nexus, providing new discourse spheres' [Volkmer, 2007: 61]. For her, transborder information flow is an integral part of trade and migration that developed parallel to the technological and social progress. Among the premises for the global public sphere of 'network-like organizational nature', she sees 'worldwide 'translocal' political space... and... new transnational infrastructure of the news media [that] also establishes new journalistic alliances, transnational cooperation, and increasingly includes new 'players' network-like organizational nature [Volkmer, 2003: 12—13]. Fisk [Fisk, 2011] has added to the understanding of the concept by pointing out to two criteria: 1) formation of multinational forums of a variety of kinds; 2) discussions and decisions on the global level leading to the establishment of global public goods. Thus, understandably, as soon as social media emerged on transnational communicative arenas, they added much to the discussion on the globalized public sphere.

Critique of the global public sphere: low accountability, representation inequality, and language dispersal. Criticism towards the globalizing public sphere was directed mostly to three aspects: 1) low accountability of transnational institutions [Sparks, 2005: 34]; 2) inequality of representation of interests that did not lead to global consensus [Sparks, 2001; Fuchs, 2014]; 3) inequality of reach, as western-focused, English-speaking and reaching a very small share of elitist global population [Docherty, 2015], even CNN and BCC failed in creation of a global public sphere [Sparks, 1998, 2004].

In the latter, a paradoxical picture emerged: both the dominance of English as a communication means and the lack of common language grounds for the globality of public sphere were criticized, hindering both legitimacy and efficacy of public discussions. As Nancy Fraser famously put it, '[i]nsofar as transnational publics conduct their communications in English, which favors global elites and Anglophone postcolonials at the expense of others, how can the opinion they generate be viewed as legitimate?' [Fraser, 2014: 18]. Also, sharing the language does not necessarily make a discussion belong to the global public sphere. Thus, diaspora and activist media represent the most interconnected communication across borders, but they do not represent the global public sphere due to their exclusive nature [Sparks, 2005; Volkmer, 2007].

The networked global public sphere. The growth of communication infrastructure has not only expanded national information flows to the transnational level. The nature of communication itself started to change from top-down to networked. In the 2000s, many leading scholars argued that Internet enabled public deliberation at the global scale [Bohman, 2007], and, thus, it was expected to create a transnational

public sphere [Wodak, Wright, 2006]. The three dimensions of public sphere — representational, structural, and interactional [Dahlgren, 2005] — all started to pass through a major change [Batorski, Grzywinska, 2018].

But the empirical findings have so far been pessimistic on whether IT succeeded in creating a free and equal space for communication [Cammaerts, Audenhove, 2005; Papacharissi, 2009]. At this stage, the inequalities characteristic of the earlier époques have reproduced (even if changed), and new disparities emerged. As Castells noted, communicative networks possess their own power to exclude, as they 'connect everything that is valuable... [and] bypass and exclude anything or anyone that does not add value to the network and/or disorganizes the efficient processing of the network's programs' [Castells, 2008: 81], thus bringing the pressure of exclusion to the level of the whole network. Also, even before the worldwide march of online social networks, Cammaerts and Audenhove [Cammaerts, Audenhove, 2005] have provided evidence that 'public spherules' [Gitlin, 1998] encapsulating co-minded people reproduce in transnational communication on global issues.

Social networking sites have brought a new era to the global public sphere studies, as, with their global reach and universal access, they helped rise hopes for more inclusive and overarching public discussions beyond mainstream media [Fuchs, 2014]. Studies linking social networks to the idea of globality of public discussions were initially interested in discovering the potential of horizontal ties as well as in the ability of networks to pull together distant geographical locations. In these studies, geographical distance between users intertwined with several other factors, including national boundaries and language differences [Takhteyev et al., 2012]. But here, unlike in previous research on traditional media, language partly turns from an obstacle to a helper when scholars discover the role of cross-language users — both on global blogging platforms like *Global Voices* [Hale, 2012] and in the blogosphere on the whole [Herring et al., 2007; Etling et al., 2010], as bloggers posting in two languages bridge not only topic-based communities but also national segments of the global blogospheres.

Twitter and the global public sphere. By the beginning of the 2010s, Twitter became a major scholarly focus in global public sphere studies, as, among other factors, it enabled the quickest possible dissemination of information across geographic distances and languages [Lotan et al., 2011; Hong et al., 2011]. Despite the varying relative importance of Twitter in different national communicative landscapes, in the 2010s Twitter research has focused on both quantitative and qualitative parameters of the democratic quality of the discussions, with user involvement as the major aspect of quality assessment. Quantitatively, it was understood as the discussion density ('people talk to each other, not only express views'), horizontality ('everyone talks to everyone'), and bridging distant spaces. Qualitatively, scholars analyzed emotional involvement of the users [Papacharissi, 2015] and polarization of their views.

But rarely the question was posed of how global the discussions actually were. Or, it was posed in an indirect manner. Thus, several works have studied whether physical distance between offline user locations mattered for their interconnectivity, and they found out that, despite the global reach of the platform, people were still connected locally on Twitter [Yardi, Boyd, 2010a; Takhteyev et al., 2012: 7]. Additionally, previous

research has had critical difficulties in studying global diversity on Twitter because of the small share of geotagged tweets [Malik et al., 2015; Leetaru et al., 2013]. For methods linked to Twitter geography, see reviews in [Leetaru et al., 2013; Han, Cook, 2014; Adnan, Longley, 2013; Kinsella et al., 2011; Hong et al., 2012].

Due to this limitation, language structure of Twitter was another parameter that was used to assess the globality of both the geographical reach and transborder character of the discussions. Here, one needs to note that, by the estimates of the early 2010s, almost 49% of tweets were posted in languages other than English [Hong et al., 2011]; but this also meant that English should be playing a major role on Twitter, and the bigger reach, the bigger role of English should be expected. Very similar results were received by Bastos and colleagues who showed on the example of #occupy that, within 62 mln tweets, 51% were in English [Bastos et al., 2013: 165]. Another large-scale survey of Twitter, 'The Twitter of Babel' [Mocanu et al., 2013], compared the percentage of English use on Twitter in 20 countries versus the vernacular language use, illustrating the weight that English played on Twitter could not, indeed, be overestimated. Also, several works have addressed the issue of bilingual brokers and how the discussions flew across language communities [Hong et al., 2011].

Later, Eleta and Golbeck [Eleta, Golbeck, 2014] defined three types of bilingual networks among Twitter users. In case of separated language groups on Twitter, a few gatekeeper accounts may connect two separated language groups, while a bigger language bridge occurs in case when two language groups of similar size are tightly connected. If a dominant group can be revealed, then one of the languages becomes peripheral [Eleta, Golbeck, 2014]. According to their findings, the cross-language edge ratio, that is, the number of edges linking two nodes of different languages against the total number of edges in the graph, 'could reflect the potential for information dissemination across language borders' [Eleta, Golbeck, 2014]. Other studies have also shown that language is not always a barrier. 'The network of retweets and mentions is heavily structured by language with most users retweeting and mentioning only users authoring content in the same language as themselves. Nonetheless, users authoring content in multiple languages play a unique bridging role that is not duplicated by other users in the network' [Hale, 2014].

Ad hoc Twitter discussions and language globality. Twitter discussions have different network structure depending on whether a discussion is issue- or event-based. Discussion outbursts on breaking news and burning issues may be described as *ad hoc* discussions [Bodrunova et al., 2017]. They are based on 'ad hoc', or 'issue', publics [Habermas, 2006; Bruns, Burgess, 2011; Papacharissi, 2015], form spontaneously, unlike the so-called calculated publics [Bruns, Burgess, 2011], and have a special network structure as measured by degree centrality [Bodrunova, Blekanov, 2018]. *Ad hoc* discussions, as their degree distribution shows, tend to be more horizontal, since the difference between influential users ('influencers') and ordinary participants seems to be lower than on Twitter on average. This means that more members of the discussion talk to each other, and the discussion is denser. Thus, it is important to know whether such discussions have a global potential.

Studies on issue-based transnational discussions have revealed that language may be the main factor of user segregation [Chen et al., 2017]; language echo chambers

are characteristic both for Twitter on the whole and for hashtagged discussions [Bastos et al., 2013]. Also, the dynamics of language use shows that, even if in its initial phase a hashtagged discussion it may be multilingual indeed, the English language starts to dominate in its second part due to the attention of international media and entrance of the English-language retweeting audience. In such cases, importantly, top users act 'as vital links between the spheres' [Poell, Darmoni, 2012: 21]. But another side of English/local language contestation lies in the plane of user connectivity. Thus, for the Chinese/English discussion on the trial on a Chinese high-level politician Bo Xilai, the proportion of comments on shared media content was much bigger for the tweets in Chinese, while the English-language tweets tended to disseminate media content without being commented [Menchen-Trevino, Mao, 2015].

But, as we see, significant gaps still exist in the research on language within *ad hoc* discussions. Thus, the scholarly attention has been focused on either Twitter on the whole or on longer-term hashtags indicative of issues and campaigns, while breaking news remained a minor research focus. Also, almost no attention has been paid to the differing nature of the hashtags: 'neutral' and 'compassionate' hashtags may differ in language structure, as global audiences might spread the information while national audiences might tend more to expressing emotions. In terms of method, the major limitations are several. First, the aforementioned scarcity of geotagged data does not allow juxtaposing language use and user location. Second, unlike for other aspects of Twitter research, for cross-lingual studies of massive Twitter datasets machine learning is rarely applicable and manual work is often needed. Third, most popular hashtags are overwhelmingly English-language; this pre-sets the user language belonging, naturally shifting it (and the following research on major hashtags) towards the Anglo-American segment of Twitter.

Our research partly addresses these gaps and limitations.

The *Charlie Hebdo* massacre on Twitter and research upon it

The Charlie Hebdo discussion: globality unquestioned. To research upon the language globality of *ad hoc* Twitter discussions, we have chosen the discussion on the killings in the editorial office of the French satirical journal *Charlie Hebdo* and beyond it. The *Charlie Hebdo* killings and the search for the killers that followed took place on January 7 to 9, 2015, and in public mind it became one of the first cases of the range of inter-ethnic (Islamic) terrorist attacks in Europe of the 2010s. But, unlike in later cases, it polarized the European audience: the case re-rose the issue of freedom of press vs. hurting religious feelings than manifested openly in the *Jyllands-posten* scandal and in smaller cases across Europe. Also, the case has established a pattern of social compassion and solidarity (#jesuis...), as well as the rebuttal pattern (#jenesuisnas...).

On Twitter, this division became revealed. The most important hashtags were #CharlieHebdo, #JeSuisCharlie, #JeNeSuisPasCharlie, and #JeSuisAhmed [An et al., 2016]; this reflected the polarity of views.

The conflict has already received a significant amount of attention from the international scholarship, just as the Twitter discussion and the aspects related its quality in public sphere terms. Thus, Giglietto and Lee [Giglietto, Lee, 2015] have

conceptualized #JeSuisCharlie and #JeNeSuisPasCharlie as a public sphere and a counter-public sphere. In an important study, An and colleagues [An et al., 2016] analyzed spatial distribution of the tweets and showed that divisions in the discussion reflected Huntington's clash of civilizations; also, they underlined the role of language context in retweeting patterns. Ratinaud and Smyrniaios [Ratinaud, Smyrniaios, 2016] find that the discussion was structured along the lines of political alignment of the users. In a later paper, Giglietto and Lee [Giglietto, Lee, 2017] focused on #JeNeSuisPasCharlie and the discursive strategies around it, while Rosas [2015] reflected upon the user's emotional framing of the context, and all of them pointed out to opinion cleavages in the discussion structure. Some research has also been dedicated to social media and the protest in the aftermath of the conflict [Larson et al., 2016; Mayer, Tiberj, 2016; Salovaara, 2015].

In almost all of these papers, the *Charlie Hebdo* discussion is considered global, without questioning the globality of its actual reach. This was one of the reasons why we focused on this case, as we could test to what extent this claim was true. The second reason was that it showed clear opinion divisions, and we could set the comparative perspective. Third, the inter-civilizational nature of the conflict implied that we could expect the discussion to partly be in non-European (mostly Arabic) languages. Fourth, its main hashtags were in French, not in English, but anyway they made it to the world top of Twitter. For our analysis, we have chosen

#JeSuisCharlie and #JeNeSuisPasCharlie as counter-discourses. We are interested in assessing the language aspects of these hashtagged *ad hoc* discussions.

The research questions and hypotheses. In our research, we would like to address the gaps that we have identified in the previous research on globality of *ad hoc* Twitter discussions. Thus, we will be assessing the language distribution within the 'polar' hashtags #JeSuisCharlie and #JeNeSuisPasCharlie, focusing on the discussion reach, clusterization patterns ('echo chambers'), and the linguistic preferences and roles of unilingual/multilingual top users.

RQ1. Were the two hashtags global indeed? How wide, in terms of use of different languages, was the reach? What was their language constellation?

Despite in most research the two hashtags are perceived as global, we can expect the first one to spread to much wider audiences than the second one. #JeSuisCharlie was based on a universal value of compassion as well as on support of traditional values linked to respect of religious beliefs, while the issue behind #JeNeSuisPasCharlie (the limits of freedom of expression) was relevant mostly to Euro-Atlantics.

Previous research shows that Twitter is structured approximately 50/50 for English/other languages; but this was true for Twitter on the whole and English-language hashtags. Having this all in mind, we expect significant difference between the two hashtags in their language composition, and French to be dominant in both cases.

Also, the two hashtags will differ in terms of representation of the conflict sides. In particular, #JeSuisCharlie will involve more Arab-speaking users than #JeNeSuisPasCharlie, while the latter will be more European.

H1a. The French language will be dominant for both hashtags; English will follow.

H1b. In the tweets written in other than French and English, the language composition of the two hashtags will differ. While #JeNeSuisPasCharlie will consist of languages of

European origin (like Spanish or Dutch), the language structure of #JeSuisCharlie will correspond more to the 'civilizational' picture, with Arabic, East Asian (Indian, Chinese, Japanese), and post-Soviet languages having significant shares (5 to 10% for each of these world regions). African languages will be under-represented due to low Internet penetration; Latin American languages (Spanish, Portuguese, Italian) will contribute to the 'European' part of the language structure, thus boosting it additionally.

H1c. #JeSuisCharlie will have a substantial number of Arab-speaking users in both top users and ordinary participants, while #JeNeSuisPasCharlie will not.

RQ2. *Is global public sphere a 'language crossroads'? In other words, are the echo chambers inside the discussion web graphs language-based or do they form by other discussion features?*

Since previous research shows that language plays a significant role in echo chambering, we expect language to be the factor behind the nebula in both web graphs. But at the same time we expect #JeSuisCharlie to mirror the 'civilizational' structure, while #JeNeSuisPasCharlie to have European-language-based echo chambers.

H2a. In both cases, the echo chambers discovered in the discussion web graphs will mirror the language structure of the discussion.

H2b. The echo chambers of #JeSuisCharlie will mirror the 'civilizational' structure, while #JeNeSuisPasCharlie will have European-language-based echo chambers.

RQ3. *Are multilingual users important for the discussion? Does speaking more languages make a user more influential within the discussion network?*

Previous research suggests that multilingual users bridge the discussion echo chambers. This may lead to an idea that the more languages a user speaks, the higher his/her position within the network becomes.

H3a. For both discussions, the more languages a user speaks, the higher his/her position within the network is.

H3b. It is multilingual users who are the main discussion bridges in both discussions.

The research methodology and conduct of research

Data collection. To answer the research questions, we have collected all the tweets published publicly under the hashtags #JeSuisCharlie and #JeNeSuisPasCharlie (by separate crawls) within January 7 to 9, 2015. These three days encompassed the active phase of the conflict, till the first killings to the extinction of the attackers. We were interested in this phase: as previous research suggests, it could be relatively less mediatized (and, thus, shifted towards English). As the data collected showed, the first three days provided substantial datasets for both hashtags. For data collection, automated vocabulary-based web crawling was used. We have used the web crawler developed earlier by the research group [Blekanov et al., 2012] and adjusted for the needs of this research.

The collected datasets proved to be very different in size and had to be further sampled. Overall collections of tweets included:

- for #JeSuisCharlie: tweets — 420,080; users who published them — 266,904; users who posted and interacted with the posted tweets (by likes, retweets, or comments) — 719,503, the overall number of tweets and interactions — 3,808,564;

- for #JeNeSuisPasCharlie: tweets — 7,698; users who published them — 5,466; users who posted and interacted with the posted tweets (by likes, retweets, or comments) — 17,872; the overall number of tweets and interactions — 68,945.

These full datasets were used to reconstruct the overall web graphs for the two hashtags. But to color them with language markers, we needed to sample the users for coding.

The sampling strategy. Thus, our sampling had several steps.

First, we had to divide the users for each hashtag into top and ordinary ones. To select the important users (influencers), we have used the tactics developed by the research group for earlier research [Bodrunova et al., 2016a, 2016b]. To select the influencers, we calculated nine parameters for each user who posted. Four of the parameters were absolute figures — the number of tweets posted, as well as likes, retweets, and comments received. The five others were graph centralities and, thus, were relative (i. e. dependent of the whole discussion network) — these were in-degree, out-degree, degree, betweenness, and pagerank centralities. For each hashtag, top users by each parameter were taken into consideration. We defined the top user threshold for each parameter individually, aiming at ~100 users per parameter for #JeSuisCharlie and 5 to 10 users per parameter for #JeNeSuisPasCharlie. Of the top lists, duplicates were eliminated; the final lists of influencers included: for #JeSuisCharlie — 459 users, for #JeNeSuisPasCharlie — 91 user.

Second, ordinary users had to be sampled — in a way that would preserve representativity and at the same time make our coding feasible and substantial. Thus, we focused on the discussion core and had to cut the 'long tail', that is, all the users who posted the amount of tweets unreasonable for coding (like one or two), as their selection of language for posting might have been random. After analyzing the graphs of the distribution of number of tweets, for #JeSuisCharlie, we decided to cut all the users with 1 to 4 tweets posted, and for #JeNeSuisPasCharlie, all those who tweeted just once or twice. This resulted into 9,090 users for #JeSuisCharlie and 339 users for #JeNeSuisPasCharlie. For the latter hashtag, all 339 users were coded; but the dataset for #JeSuisCharlie had to be further cut for the feasibility reasons.

Thus, third, of 9,090 users most of whom posted 5 and 6 tweets, we randomly sampled 1500 users (over 15 %).

Fourth, bots and bot-like users who repeated 60% or more of their content were eliminated. Also, we eliminated fully irrelevant posting and users of non-definable content (hashtags and/or links only). Both top and ordinary user lists were cleaned.

The final datasets for coding, thus, contained:

- for #JeSuisCharlie: 402 influencers, 1441 ordinary user;
- for #JeNeSuisPasCharlie: 85 influencers, 339 ordinary users.

Coding. All the users sampled were coded marking the number of tweets in language 1, language 2, and other languages; thus, users posting on one, two, and three or more languages were defined. The languages were identified for each user; in case of rare languages, Google and Yandex language identifiers were used.

Web graph reconstruction. To reconstruct the web graphs, the working group uses Gephi API algorithms openly available online, should they meet the following criteria: linear-logarithmic working speed; possibility of visualization of graphs with the number

of nodes over 20,000; possibility of working with weighted and non-weighted, as well as with directed and non-directed graphs. Of the available algorithms, two were chosen: Yifan Hu [Hu, 2005] and OpenOrd [Martin et al., 2011]. Besides the technical graphs reconstructed for measuring user metrics, we also constructed the graphs to answer the research questions (see below), based on our coding data. For these graphs, the 'long tail' users were eliminated.

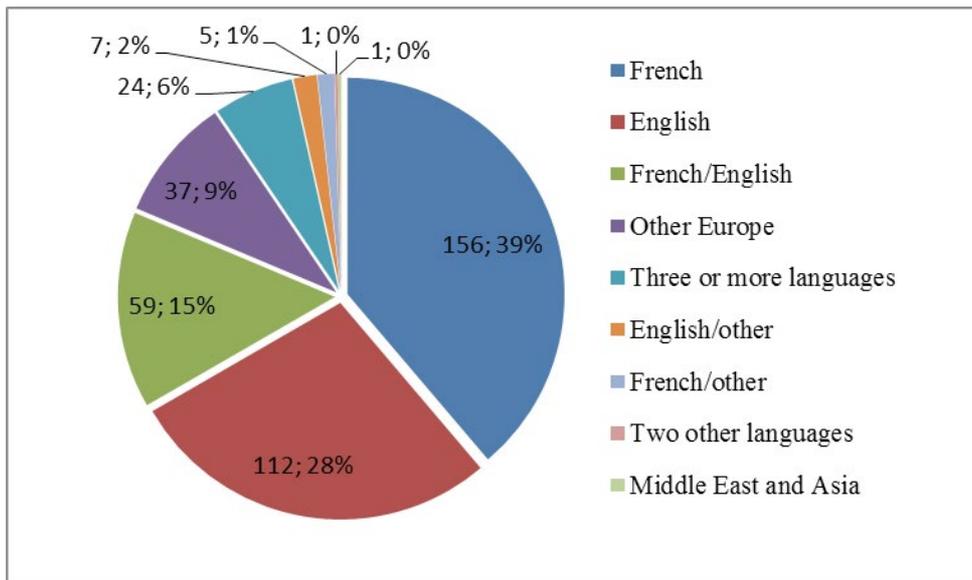
Analysis of the coded data. To answer RQ3, we have used descriptive statistics (Cramer's V metric) to test the correlations between the language use and user status within the network. Otherwise, the results are based on summarizing the coding results and qualitative assessment of the web graphs.

Results and discussion

For the RQ1, we calculated the percentage of languages for both hashtags. The language distribution is represented: for #JeSuisCharlie — on Figure 1 (a – influencers, b — ordinary users); for #JeNeSuisPasCharlie — on Figure 2 (a – influencers, b — ordinary users). We have also juxtaposed the language structure of the influencers and the ordinary users for #JeSuisCharlie (see Figure 3) and #JeNeSuisPasCharlie (see Figure 4).

As our data show, H1a is supported. French is the leading language of both discussions, and English follows. But it is also worth noting that another segment, bilingual French/English users, is third in volume (except for ordinary users of #JeNeSuisPasCharlie where it is fourth). Other languages also 'gravitate' towards them, as users post and repost the tweets in French and English, both sharing the news and addressing the French- and English-language communities. The overall amount of tweets in English, though, is a bit lower than on Twitter on average, as it reaches maximum 43% and is ~39—40% on average. This may be an indicator that, in the first phase of a conflict beyond the English-language countries, national languages take relative lead, thus 'localizing' the discussion.

Figure 1. Representation of languages in the coded dataset of #JeSuisCharlie a) for influencers:



b) for ordinary users:

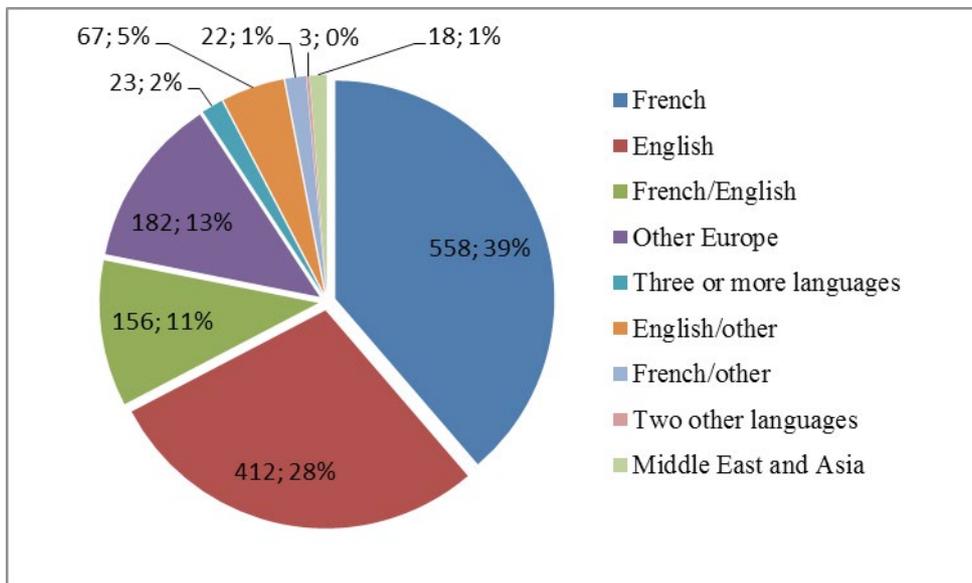
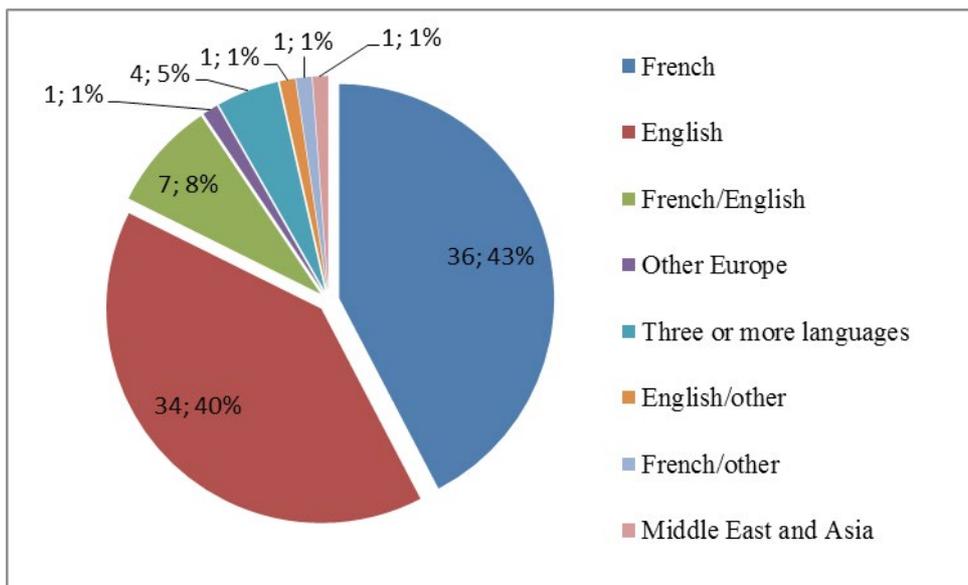


Figure 2. Representation of languages in the coded dataset of #JeNeSuisPasCharlie a) for influencers:



b) for ordinary users:

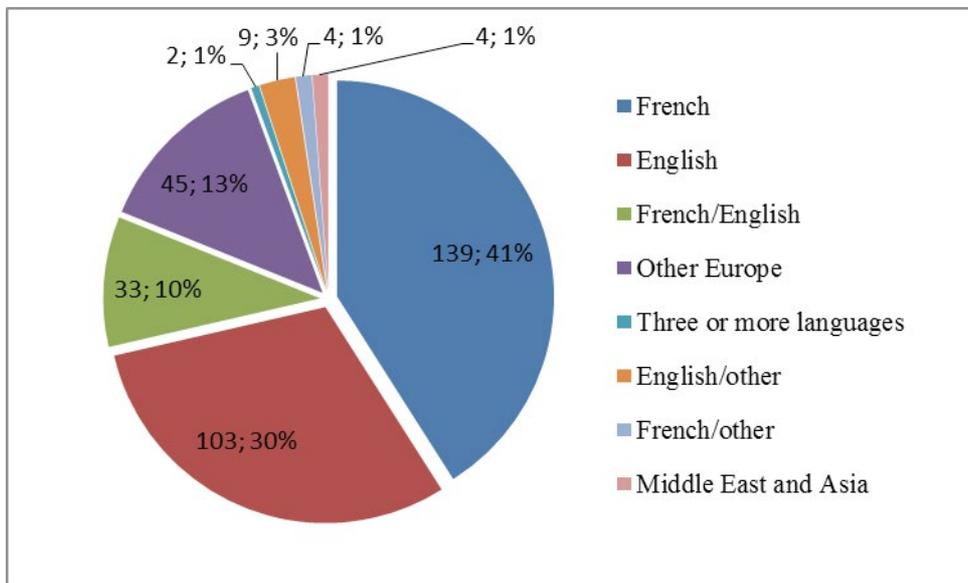


Figure 3. **Language segments in #JeSuisCharlie: influencers vs. ordinary users, in %**

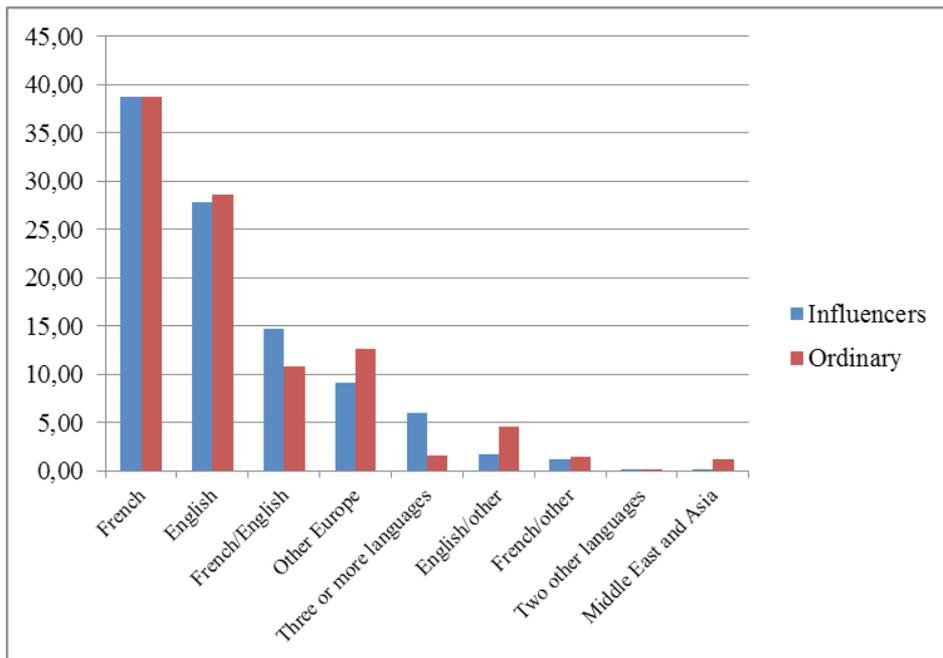
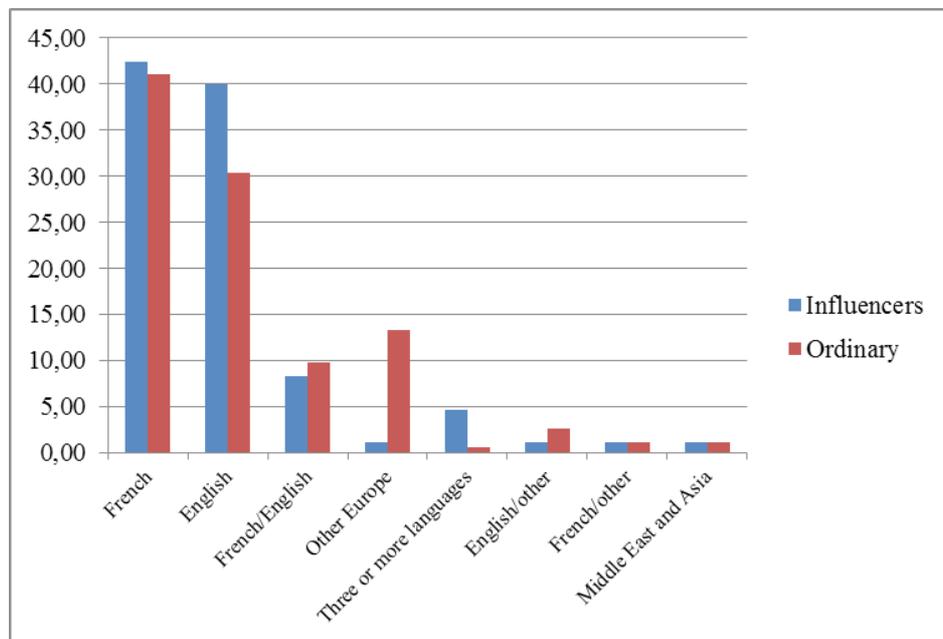


Figure 4. **Language segments in #JeNeSuisPasCharlie: influencers vs. ordinary users, in %**



But as to H1b that suggested the varying language structure of the discussions, as well as H1c on Arab-speaking users, both need to be completely rejected. Thus, language-based reach of the discussions is virtually the same, with only several individual tweets coming from Middle East and Asia for both hashtags; the Arab part in #JeSuisCharlie is non-existent, contrary to expectations. Also, the pre-supposed 'civilizational' structure of #JeSuisCharlie has not been found; instead, European languages other than French and English form the only significant cluster beyond the two main languages.

The global reach, even if minimal, still shows up in how many languages did pop up in our data. In the #JeSuisCharlie dataset, we have discovered 30 languages beyond English and French (with two others found in the overall dataset via quick preliminary reading of the tweet collection). Among the ordinary users, the European languages were dominant; namely, these were Spanish (66), Italian (54), Dutch (46), and German (41). Then, with a significant gap, there followed Greek (7), Portuguese (6), Swedish and Catalan (5 each). Danish (2) and Albanian, Bosnian, Norwegian, Polish, Slovene, Croatian, Czech, and Finnish (all 1) also show up, just as Russian (3) and Ukrainian (1). The Asian segment includes Indonesian (5), Chinese (3), Japanese (2), Marathi (1), and Mongolian (1). Influencers were almost exclusively using West European languages (Spanish (31), Italian (22), Dutch (10) and German (8)), with only 9 users posting in Turkish (5), Japanese (2), Kurdish (1) and Russian (1). Of course if we compare this spread to offline discussions, the hashtagged one on Twitter allows for a much wider participation than one could ever have offline. Also, careful reading of the tweets showed that not only the USA and the UK users posted in English but also Canadians, Australians, and Irish, among others; Brazilians were salient in Portuguese just as well. But even if so, there is no way of speaking about the 'civilizational' representation within #JeSuisCharlie. We, thus, seriously doubt that #JeSuisCharlie has gathered a global public sphere of solidarity and compassion, as it was stated in previous research.

For #JeNeSuisPasCharlie, the world is even somewhat smaller: beyond French and English, the influencers post in Spanish (4), German, Dutch, and Basque (1 each), as well as in Malay and Japanese (1 each), while ordinary users post, entirely or partly, in Spanish (27), Italian (9), Portuguese (8), Russian (4), German, Turkish (3 each), Arab, Japanese (2 each), Albanian, Basque, Dutch, Greek, Croatian, and Czech (1 each).

Thus, from our viewpoint, even if the discussions involved countries from Japan to Canada, they still remained major Euro-Atlantic echo chambers in itself, thus bringing the idea of user polarization and echo chambering to the transnational (even if not global) level.

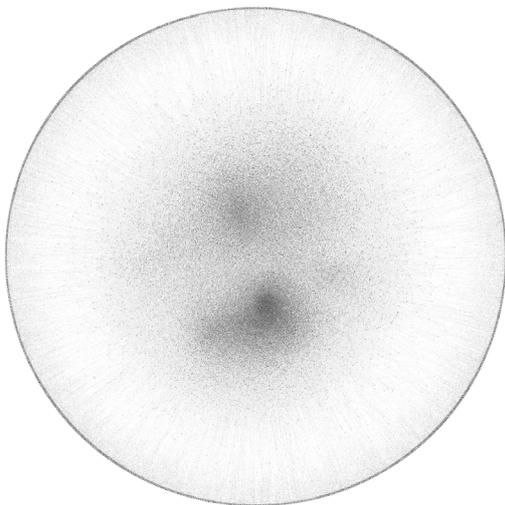
For RQ2, we have reconstructed the web graphs using the two algorithms mentioned above.

The graphs for #JeSuisCharlie (discussion structure and language structure) are represented on Figure 5 (a, b) (by Yifan Hu) and Figure 6 (a, b) (by OpenOrd). The equivalent representation for #JeNeSuisPasCharlie is shown on Figure 7 (a, b) and Figure 8 (a, b).

H2a (about the discussion structure mirrored by the language structure) is definitely proven for #JeSuisCharlie. Thus, we see three distinct nebulae on Figure 5(a); they correspond to the language segments on Figure 5(b), being French, English, and 'other

European'; also, a group of French/English users stays in between the French and the English. For #JeNeSuisPasCharlie, though, the picture is different. We see that, on Figure 7(a), in the overall discussion there are no distinct nebulae that would speak of user clusterization. But Figure 7(b) resembles Figure 5(b) — it shows language clusters similar to those for #JeSuisCharlie.

Figure 5. **Representation of #JeSuisCharlie (users with 5+ posts) by Yifan Hu algorithm**
a) the discussion structure



b) the language structure

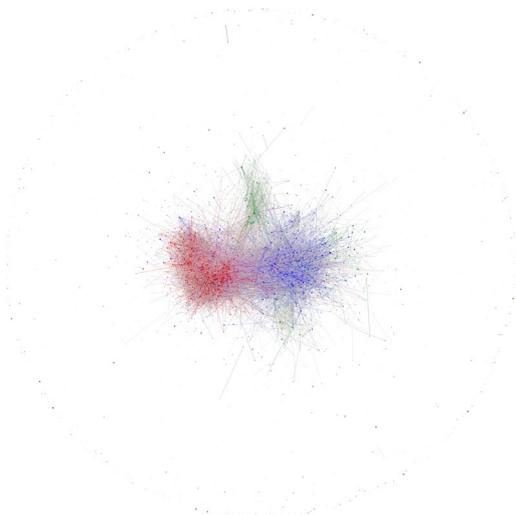
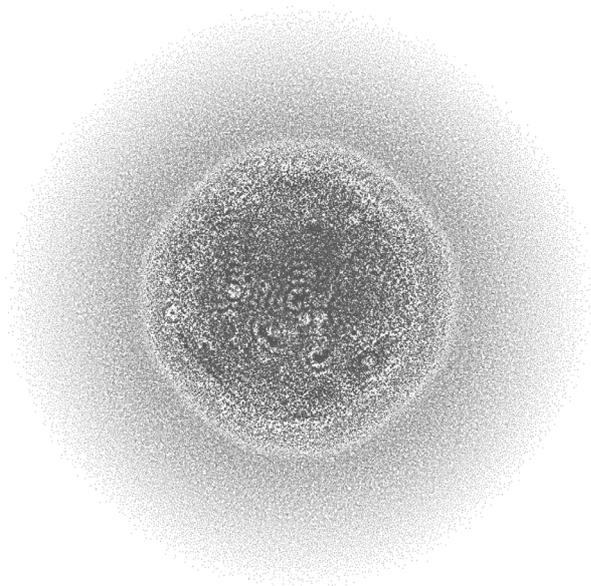


Figure 6. **Representation of #JeSuisCharlie (users with 5+ posts) by OpenOrd algorithm**
a) the discussion structure



b) the language structure

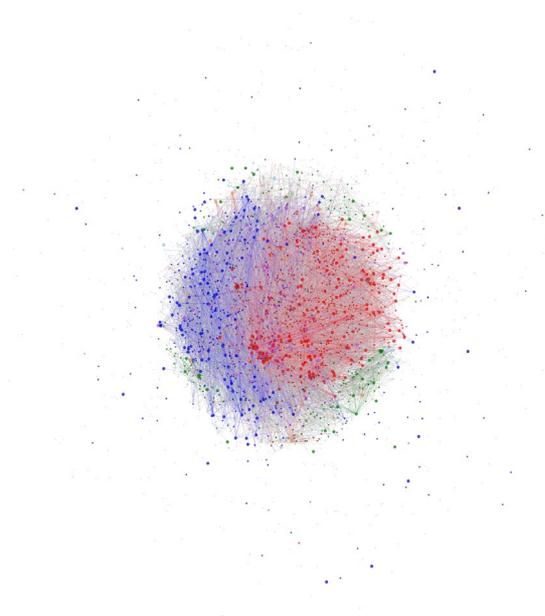
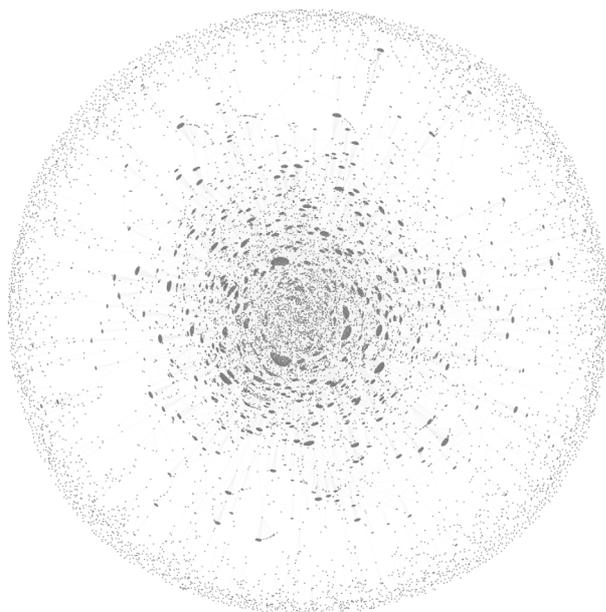


Figure 7. **Representation of #JeNeSuisPasCharlie (users with 3+ posts) by Yifan Hu algorithm**
a) the discussion structure



b) the language structure

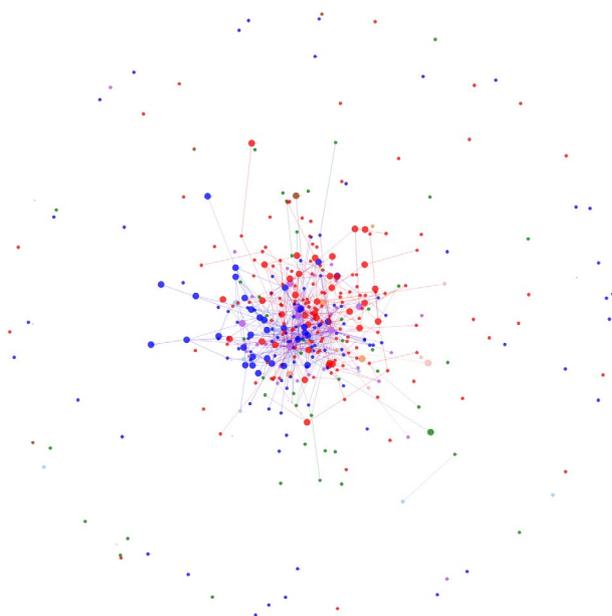
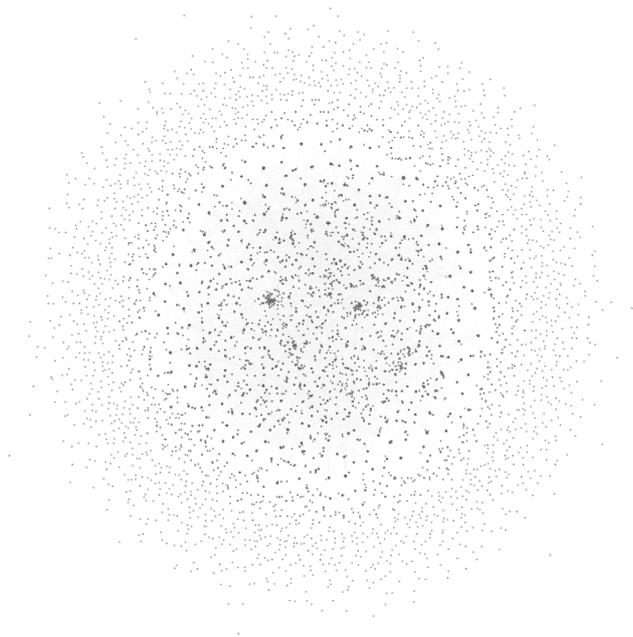
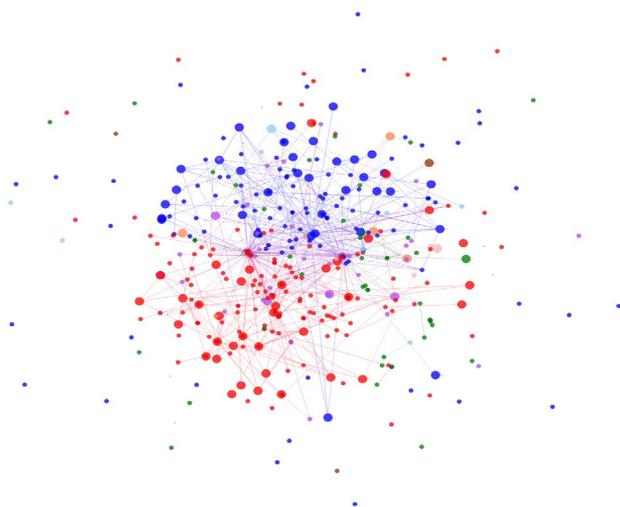


Figure 8. **Representation of #JeNeSuisPasCharlie (users with 3+ posts) by OpenOrd algorithm**
a) the discussion structure



b) the language structure



To show that the discovered language-based nebulae are not a research artifact, we have calculated the percentage of edges between and inside language groups (see Table 1). These results show that the clusters we have discovered are not random. For #JeSuisCharlie, the inter-group edges constitute only 6,17 %; compared to this, three nebulae (French, English, and French/English) have much higher number of in-group edges (52,13 %, 16,68 %, and 16,93 %, respectively) than 6,17 %; other language groups, including other European languages, show much lower percentages of in-group links than 6,17 %. The difference does not leave space for doubts on the nature of the nebulae. The situation with #JeNeSuisPasCharlie is similar in one respect but a bit different in another. The three language nebulae show up again, with 26,16 % for French, 22,41 % for English, and 18,84 % for French/English, while other language groups drop below 3 %. But the graph itself is denser than that of #JeSuisCharlie, as here the edges between groups mount to 25,98 %. This may be a hint to the overall nature of the discussion, which reminds a public counter-sphere. But here we need to mention that both graphs were constructed based on the amount of users with 5+ and 3+ tweets, respectively; if we were using the full graphs, the number of edges between groups is expected to drop.

Table 1. Percentage of inter-user connections between and inside language groups, #JeSuisCharlie and #JeNeSuisPasCharlie

Language group/connection between groups	The case	
	#JeSuisCharlie	#JeNeSuisPasCharlie
Edges between groups	6,17 %	25,98 %
French	52,13 %	26,16 %
English	16,68 %	22,41 %
Other Europe	3,43 %	2,68 %
Middle East and Asia	0,09 %	0,27 %
French / English	16,93 %	18,84 %
French / other	1,05 %	0,63 %
English / other	0,92 %	1,25 %
Two languages, other	0,06 %	—
Three languages	2,55 %	1,79 %

Altogether, these findings indicate that, first, language detection on Twitter may be used to detect the inner structure of discussions even when on the overall graph the nebulae are not evident.

Second, the nebulae show that H2b has to be rejected for #JeSuisCharlie. In accordance with what is stated above, the absence of the ‘civilizational’ reach naturally leads to absence of ‘civilizational’ clusterization. Not only #JeNeSuisPasCharlie but also its bigger counterpart is heavily clustered by the use of European-origin languages — French, English, French-English, and ‘other European’, of which Spanish plays the biggest role. Thus, in general, we see neither ‘inter-civilizational’ nor inter-European

'language crossroads' on Twitter, which is in line with the previous findings on Twitter clusterization but against our expectations on civilizational representation.

But at the same time the answers to our RQ3 provide interesting insights into the nature of inter-cluster connections. In the discussions, we have identified three types of users in terms of language use: unilingual, bilingual, and multilingual (posting in three and more languages). Previous research suggests that users' bilingualism leads to their 'discussion bridge' roles. Thus, it was logical to suggest that, the more languages a user speaks, the better his/her position in the discussion graph (s)he belongs to.

To measure the correlation between the number of languages used in a user's tweets (one, two, or three or more) and the user metrics, Spearman's rho was utilized. The results show that language does influence a user's position within the network, but in a somewhat weaker way than expected.

First, in both discussions, language is related to user activity metrics, more than to connectivity metrics. Thus, the more languages a user utilized, the more tweets he/she posted (0,270** for #JeNeSuisPasCharlie and 0,080** for #JeSuisCharlie), and, importantly, the more users a user interacted with (0,134** for #JeNeSuisPasCharlie and 0,051** for #JeSuisCharlie). The correlations are very weak, but anyway significant.

Second, for both discussions, a user's betweenness centrality is, expectedly, linked to his/her language use (0,138** for #JeNeSuisPasCharlie and 0,066** for #JeSuisCharlie). Thus, multi-language users seem to play a role in linking the discussion nebulae.

Third, the difference between the two discussions lies in the fact that, for the smaller discussion, not only all the correlations are higher but also in-degree and degree centralities (stating, in effect, the number of users who interacted with a given user) do correlate with the language use, while for the bigger discussion these correlations remain insignificant. That is, for #JeNeSuisPasCharlie, language use seems to have weak but significant impact upon the discussion density.

Out of these results, we would expect that our H3b on multi-lingual 'discussion bridges' would be proven; but the visual assessment of the web graphs corrects our expectations. Thus, for both cases, it is bilingual, not three-lingual, users who are among the main discussion nodes. Moreover, it is English/French and, to a smaller extent, English/other-language users who are the main discussion bridges. Out of this, we can conclude: use of multiple languages influences discussion density for smaller discussions and helps individual users to reach influencer positions, but the key to this is not maximization of the number of languages but the use of English plus the main language(s) of the case. This conclusion, despite quite obvious, further elaborates the previous findings on the role of multi-language users in *ad hoc* discussions.

Discussion. We have addressed the issue of the global reach of conflictual public discussions of Twitter, seeing this platform as a discursive milieu where the hopes for a global public sphere could come close to true. But, as our results show, in today's Twitter, even the discussions involving over 30 national languages remain echo chambers on at least two levels. The first one is national, as the main nebulae in the discussion are linked to the main discussion languages. And, second, the discussions themselves, even if hashtagged not in English but in French, remain almost 100% Euro-Atlantic and, thus, represent neither the conflict sides nor the 'clash of civilizations'. For these

discussions, the truly global public sphere is still non-existent — while English does play a role of the discussion bridge.

From the theoretical viewpoint, these conclusions pose further questions as well as add to our understanding of echo chambering as a socio-communicational process. Thus, the idea of the spiral of silence by Noelle-Neumann [Noelle-Neumann, 1980] works transnationally, and ‘the spiral’ is formed not only by the opinion divergence but also by more natural factors like language. Also, the role of the English language needs to be further explored, since, as mentioned right above, it bridges the discussion nebulae but also creates a discussion-wide nebula pushing out non-English-speaking users to the discussion periphery.

Of course one case study is not enough to make universal conclusions; our work only makes a limited contribution to the field of study of global discourses. But we have shown that emotional hashtags on the same topic have very similar language and echo chamber structure, contrary to expectations, and this contributes to our knowledge of how *ad hoc* discussions work on the global scale.

References

- Adnan M., Longley P.* (2013) Analysis of Twitter Usage in London, Paris, and New York City. Proceedings of the 16th AGILE Conference on Geographic Information Science, 2013. P. 1—7.
- An J., Kwak H., Mejova Y., De Oger S. A. S., Fortes B. G.* (2016) Are You Charlie or Ahmed? Cultural Pluralism in Charlie Hebdo Response on Twitter. Proceedings of the Tenth International AAAI Conference on Web and Social Media ICWSM 2016 (eds. M. Strohmaier, K. P. Gummadri). AAAI Press. P. 2—11.
- Batorski D., Grzywińska I.* (2018) Three dimensions of the public sphere on Facebook. *Information Communication and Society*. Vol. 21 (3). P. 356—374. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1281329>.
- Bastos M. T., Puschmann C., Travitzki R.* (2013) Tweeting across hashtags: overlapping users and the importance of language, topics, and politics. Proceedings of the 24th ACM conference on Hypertext and Social Media. ACM. P. 164—168.
- Beck U.* (2015) What is globalization? Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Berglez P.* (2008) What is global journalism? Theoretical and empirical conceptualisations. *Journalism Studies*. Vol. 9 (6). P. 845—858. <https://doi.org/10.1080/14616700802337727>.
- Blekanov I. S., Sergeev S. L., Martynenko I. A.* (2012) Constructing topic-oriented web crawlers with generalized core. *Scientific and Research Bulletin of St. Petersburg State Polytechnic University*. Vol. 5 (157). P. 9—15.
- Bodrunova S. S., Blekanov I. S.* (2018) Power laws in ad hoc conflictual discussions on Twitter. Manuscript; under review in Computer. Special issue.
- Bodrunova S. S., Litvinenko A. A., Blekanov I. S.* (2017) Comparing Influencers: Activity vs. Connectivity Measures in Defining Key Actors in Twitter Ad Hoc Discussions on

Migrants in Germany and Russia. International Conference on Social Informatics. LNCS Series. Springer, 2017. P. 360—376.

Bodrunova S. S., Litvinenko A. A., Blekanov I. S. (2016a) Influencers on the Russian Twitter: institutions vs. people in the discussion on migrants. Proceedings of the International Conference on Electronic Governance and Open Society: Challenges in Eurasia. ACM. P. 212—222.

Bodrunova S. S., Blekanov I. S., Maksimov A. (2016b) Measuring influencers in Twitter ad-hoc discussions: active users vs. internal networks in the discourse on Biryuliovo bashings in 2013. Artificial Intelligence and Natural Language Conference (AINL). IEEE, 2016. P. 1—10.

Bohman J. (2007) *Democracy Across Borders: From Dêmos to Dêmoi*. Cambridge, MA: MIT Press.

Bruns A., Burgess J. E. (2011) The use of Twitter hashtags in the formation of ad hoc publics. Proceedings of the 6th European Consortium for Political Research (ECPR) General Conference 2011. Reykjavik: University of Iceland. URL: [http://eprints.qut.edu.au/46515/1/The_Use_of_Twitter_Hashtags_in_the_Formation_of_Ad_Hoc_Publics_\(final\).pdf](http://eprints.qut.edu.au/46515/1/The_Use_of_Twitter_Hashtags_in_the_Formation_of_Ad_Hoc_Publics_(final).pdf) (accessed: 25.02.2018).

Bruns A., Highfield T. (2015) Is Habermas on Twitter? Social Media and the Public Sphere. In: *The Routledge companion to social media and politics* (eds. A. Bruns, G. Enli, E. Skogerbo, A. O. Larsson, C. Christensen) London: Routledge, P. 56—73.

Cammaerts B., Audenhove L. V. (2005) Online political debate, unbounded citizenship, and the problematic nature of a transnational public sphere. *Political communication*. Vol. 22 (2). P. 179—196. <https://doi.org/10.1080/10584600590933188>.

Castells M. (2008) The new public sphere: Global civil Society, communication networks, and global governance. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*. Vol. 616(1). P. 78—93. <https://doi.org/10.1177/0002716207311877>.

Chen W., Tu F., Zheng P. (2017) A transnational networked public sphere of air pollution: analysis of a Twitter network of PM2.5 from the risk society perspective. *Information, Communication & Society*. Vol. 20 (7). P. 1005—1023. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1303076>.

Colleoni E., Rozza A., Arvidsson A. (2014) Echo chamber or public sphere? Predicting political orientation and measuring political homophily in Twitter using big data. *Journal of Communication*. Vol. 64 (2). P. 317—332. <https://doi.org/10.1111/jcom.12084>.

Cottle S. (2011) Taking global crises in the news seriously: Notes from the dark side of globalization. *Global Media and Communication*. Vol. 7 (2). P. 77—95. <https://doi.org/10.1177/1742766511410217>.

Cottle S. R., Lester E. A. (eds.) (2011) *Transnational Protests and the Media*. NY: Peter Lang. <https://doi.org/10.1080/15405702.2013.747943>.

Curran J., Esser F., Hallin D. C., Hayashi K., Lee C.-C. (2015) International News and Global Integration. *Journalism Studies*. P. 1—17. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2015.1050056>.

Dahlgren P. (2005) The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation. *Political Communication*. Vol. 22 (2). P. 147—162. <https://doi.org/10.1080/10584600590933160>.

Docherty S. (2015). The Contemporary Global Public Sphere as Reincarnation of Habermas' Bourgeois Society. *Inquiries Journal/Student Pulse*. 7(02). URL: <http://www.inquiriesjournal.com/a?id=1000> (accessed: 25.02.2018).

Du Y. R. (2012) Intermedia agenda-setting in the age of globalization: A multinational agenda-setting test. *Global Media and Communication*. Vol. 9. P. 19—36. <https://doi.org/10.1177/1742766512463038>.

Eleta I., Golbeck J. (2014) Multilingual use of Twitter: Social networks at the language frontier. *Computers in Human Behavior*. Vol. 41. P. 424—432. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.05.005>.

Etling B., Kelly J., Faris R., Palfrey J. (2010) Mapping the Arabic blogosphere: politics and dissent online. *New Media & Society*. Vol. 12. P. 1225—1243. <https://doi.org/10.1177/1461444810385096>.

Fisk M. (2011) Global Public Sphere. In: Chatterjee, D.K. (ed.) *Encyclopedia of Global Justice*. Dordrecht: Springer, 2011. P. 439—441.

Fraser N. et al. (author); Nash, Kate (editor) (2014). *Transnationalizing the Public Sphere*. Cambridge, UK Malden, Massachusetts: Polity Press.

Fuchs C. (2014) Social media and the public sphere. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society*. Vol. 12 (1). P. 57—101.

Giglietto F., Lee Y. (2015) To Be or Not to Be Charlie: Twitter hashtags as a discourse and counter-discourse in the aftermath of the 2015 Charlie Hebdo shooting in France. *AoIR Selected Papers of Internet Research*. P. 33—37. URL: <http://ceur-ws.org/Vol-1395> (accessed: 25.02.2018).

Giglietto F., Lee Y. (2017) A hashtag worth a thousand words: Discursive strategies around# JeNeSuisPasCharlie after the 2015 Charlie Hebdo shooting. *Social Media+ Society*. 2017. Vol. 3 (1). <https://doi.org/10.1177/2056305116686992>.

Gitlin T. (1998) Public Sphere or Public Sphericules? In: T. Liebes and J. Curran (eds.) *Media, Ritual and Identity*. London: Routledge. P. 175—202.

Guidry J. A., Kennedy M. D., Zald M. N. (eds). (2000) *Globalizations and social movements: Culture, power, and the transnational public sphere*. MI: University of Michigan Press.

Habermas J. (2006) Political communication in media society: Does democracy still enjoy an epistemic dimension? The impact of normative theory on empirical

research. *Communication theory*. Vol. 16 (4). P. 411—426. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2006.00280.x>.

Hafez K. (1999) International news coverage and the problems of media globalization. In search of a 'new global-local nexus'. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*. 1999. Vol. 12(1). P. 47—62. <https://doi.org/10.1080/13511610.1999.9968587>.

Hafez K. (2007) *The myth of media globalization*. Oxford: Polity Press.

Hale S. A. (2012) Net Increase? Cross-Lingual Linking in the Blogosphere. *Journal of Computer-Mediated Communication*. Vol. 17. P. 135—151. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2011.01568.x>.

Hale S. A. (2014) Global connectivity and multilinguals in the Twitter network. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. ACM. P. 833—842.

Han B., Cook P. (2014) Text-Based Twitter User Geolocation Prediction. *Journal of Artificial Intelligence Research*. Vol. 49. P. 451—500.

Herring S., Paolillo J., Ramos-Vielba I., Kouper I., Wright E., Stoerger S., Scheidt L., Clark B. (2007) Language Networks on LiveJournal. *Proceedings of the 40th Annual Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS'07)*. IEEE Computer Society, 2007. P. 79—90.

Hong L., Convertino G., Chi E. H. (2011) Language Matters In Twitter: A Large-Scale Study. *Proceedings of ICWSM'2011*. Springer. P. 518—521.

Hong L., Ahmed A., Gurumurthy S., Smola A. J., Tsioutsoulouklis K. (2012) Discovering geographical topics in the Twitter stream. *Proceedings of WWW'2012*. Springer. P. 769—778.

Hu Y. F. (2005) Efficient and high-quality force-directed graph drawing. *The Mathematical Journal*. Vol. 10. P. 37—71.

Kinsella S., Murdock V., O'Hare N. (2011) 'I'm eating a sandwich in Glasgow': Modeling locations with tweets. *Proceedings of SMUC'2011*. ACM. P. 61—68.

Larson J., Nagler J., Ronen J., Tucker J. (2016) Social networks and protest participation: Evidence from 93 million twitter users. *Political Networks Workshops & Conference June 15, 2016*. Washington: Washington University. URL: <https://ssrn.com/abstract=2796391> (accessed: 25.02.2018).

Leetaru K. H., Wang S., Cao G., Padmanabham A., Shook E. (2013) Mapping the Global Twitter Heartbeat: The Geography of Twitter. *First Monday*. Vol. 18 (5—6). URL: <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/4366/3654> (accessed: 25.02.2018).

Lotan G. et al. (2011) The Revolutions Were Tweeted: Information Flows During the 2011 Tunisian and Egyptian Revolutions. *International Journal of Communication*. Vol. 5. P. 1375—1405.

Malik M. M., Lamba H., Nakos C., Pfeffer J. (2015) Population bias in geotagged tweets. *People*. Vol. 1 (3). P. 18—27.

Martin S., Brown W. M., Klavans R., Boyack K. (2011) OpenOrd: An Open-Source Toolbox for Large Graph Layout. Proceedings of the SPIE Conference on Visualization and Data Analysis (VDA). Vol. 7868. URL: https://www.researchgate.net/profile/Kevin_Boyack/publication/253087985_OpenOrd_An_Open-Source_Toolbox_for_Large_Graph_Layout/links/0deec5205279e8c66a000000.pdf (accessed: 25.02.2018).

Mayer N., Tiberj V. (2016) Who were the «Charlie» in the Streets? A Socio-Political Approach of the January 11 Rallies [Qui étaient Les «Charlie» dans la rue? Approche Socio-Politique des Rassemblements du 11 Janvier]. *International Review of Social Psychology*. Vol. 29 (1). P. 59—68. DOI: <http://doi.org/10.5334/irsp.63>.

Menchen-Trevino E., Mao Y. (2015) Online political discussion in English and Chinese. In: *Networked China: Global dynamics of digital media and civic engagement: New agendas in communication*. edited by Wenhong Chen and Stephen D. Reese. New York, NY: Routledge. P. 175—196.

Mocanu D., Baronchelli A., Perra N., Gonçalves B., Zhang Q., Vespignani A. (2013) The twitter of babel: Mapping world languages through microblogging platforms. *PloS one*. Vol. 8 (4). e61981. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0061981>.

Noelle-Neumann E. (1980) *Die Schweigespirale: öffentliche Meinung-unsere soziale Haut*. München: Riper-Verlag.

Papacharissi Z. (2015) *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. New York, NY: Oxford University Press.

Papacharissi Z. (2009) The Virtual Sphere 2.0: The Internet, the Public Sphere and beyond. In: Andrew Chadwick, Philip N. Howard (eds.) *Routledge handbook of internet politics*. London: Routledge. P. 230—246.

Poell T., Darmoni K. (2012) Twitter as a multilingual space: The articulation of the Tunisian revolution through #sidibouid. *NECSUS: European Journal of Media Studies*. Vol. 1 (1). P. 14—34.

Ratinaud P., Smyrnaiois N. (2016) The web sphere of #CharlieHebdo: a network and discourse analysis of a political controversy on Twitter. *ESSACHESS — Journal for Communication Studies*. Vol. 9 (2). P. 213—230. <https://doi.org/10.1177/2056305117693647>.

Rosas, O.V. (2015) The Emotional Framing of Terrorism in Online Media: The Case of Charlie Hebdo. In: Wassmann, C. (ed.). *Therapy and Emotions in Film and Television: The Pulse of OurTimes*, London: Palgrave Macmillan.. P. 134—152.

Salovaara, I. (2015) #JeSuisCharlie: Networks, Affects and Distributed Agency of Media Assemblage. *Conjunctions: Transdisciplinary Journal of Cultural Participation*. Vol. 2 (1). P. 100—115. <http://dx.doi.org/10.17645/mac.v4i4.593>.

Smith J. (2007) *Social Movements for Global Democracy*. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press

Sparks C. (2005) Media and the global public sphere: an evaluative approach. In: De Jong, W., Shaw, M., Stammers, N. (eds). *Global activism, global media*. London: Pluto Press. P. 34—49.

Sparks C. (2004) The global, the local and the public sphere. In: Allen R. C. Hill, A. (eds). *Television Studies Reader*. New York: Routledge. P. 139—150.

Sparks C. (2001) The Internet and the global public sphere. In: *Mediated politics: communication in the future of democracy*. Communication, society and politics. Cambridge University Press, Cambridge. UK. P. 75—95.

Sparks C. (1998) Is There a Global Public Sphere? In: Thussu, D. (ed.). *Electronic Empires: Global Media and Local Resistances*. London: Hodder Arnold. P. 91—107.

Sunstein C. R. (2002) The law of group polarization. *Journal of political philosophy*. Vol. 10 (2). P. 175—195. <https://doi.org/10.1111/1467-9760.00148>.

Takhteyev Y., Gruzd A., Wellman B. (2012) Geography of Twitter networks. *Social networks*. Vol. 34 (1). P. 73—81. <https://doi.org/10.1016/j.socnet.2011.05.006>.

Volkmer I. (2007) Governing the 'spatial reach'? Spheres of influence and challenges to global media policy. *International Journal of Communication*. Vol. 1(1). P. 56—73.

Volkmer I. (2003) The Global Network Society and the Global Public Sphere. *Development*. Vol. 6370. P. 9—16.

Wilke J., Heimprecht C., Cohen A. (2012) The geography of foreign news on television: A comparative study of 17 countries. *The International Communication Gazette*. Vol. 74 (4). P. 301—322. <https://doi.org/10.1177/1748048512439812>.

Wodak R., Wright S. (2006) The European Union in Cyberspace: Multilingual Democratic Participation in a virtual public sphere? *Journal of Language and Politics*. Vol. 5 (2). P. 251—275. <https://doi.org/10.1075/jlp.5.2.07wod>.

Yardi S., Boyd D. (2010a) Dynamic debates: An analysis of group polarization over time on twitter. *Bulletin of Science, Technology & Society*. Vol. 30 (5). P. 316—327. <https://doi.org/10.1177/0270467610380011>.

Yardi S., Boyd D. (2010b) Tweeting from the town square: Measuring geographic local networks. *Proceedings of the International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*. AAAI, 2010. P. 194—201.

СОЦИОЛОГИЯ ИНТЕРНЕТА

DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.15

Правильная ссылка на статью:

Сибирев В. А., Головин Н. А., Клебанов А. А. Сетевые сообщества в борьбе вокруг решения передать Исаакиевский собор Русской православной церкви (январь—июнь 2017 года) // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 1. С. 296—317. DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.15.

For citation:

Sibirev V. A., Golovin N. A., Klebanov A. A. Social media communities on the controversial decision to hand over St. Isaac's Cathedral to the Russian Orthodox Church (January through June 2017 analysis). *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. 2018. № 1. P. 296—317. DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.15.



В. А. Сибирев, Н. А. Головин, А. А. Клебанов СЕТЕВЫЕ СООБЩЕСТВА В БОРЬБЕ ВОКРУГ РЕШЕНИЯ ПЕРЕДАТЬ ИСААКИЕВСКИЙ СОБОР РУССКОЙ ПРАВОСЛАВНОЙ ЦЕРКВИ (ЯНВАРЬ—ИЮНЬ 2017 ГОДА)

СЕТЕВЫЕ СООБЩЕСТВА В БОРЬБЕ
ВОКРУГ РЕШЕНИЯ ПЕРЕДАТЬ ИСАА-
КИЕВСКИЙ СОБОР РУССКОЙ ПРАВО-
СЛАВНОЙ ЦЕРКВИ (ЯНВАРЬ—ИЮНЬ
2017 ГОДА)

СИБИРЕВ Владимир Анатольевич — кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры социального анализа и математических методов в социологии Санкт-Петербургского государственного университета, Санкт-Петербург, Россия.
E-MAIL: v.sibirev@spbu.ru
ORCID: 0000-0002-2678-7214

SOCIAL MEDIA COMMUNITIES ON THE
CONTROVERSIAL DECISION TO HAND
OVER ST ISAAC'S CATHEDRAL TO THE
RUSSIAN ORTHODOX CHURCH (JANU-
ARY THROUGH JUNE 2017 ANALYSIS)

Vladimir A. SIBIREV¹ — Dr. Sci. (Economics), Assistant Professor
E-MAIL: v.sibirev@spbu.ru
ORCID: 0000-0002-2678-7214

¹ St Petersburg State University, St Petersburg, Russia

*ГОЛОВИН Николай Александрович — доктор социологических наук, профессор, профессор кафедры теории и истории социологии Санкт-Петербургского государственного университета, Санкт-Петербург, Россия.
E-MAIL: n.golovin@spbu.ru
ORCID: 0000-0002-3595-2349*

*КЛЕБАНОВ Андрей Александрович — магистр прикладной математики и информатики, генеральный директор ООО «Бинсэд», Санкт-Петербург, Россия.
E-MAIL: andrey.klebanov@beensaid.in
ORCID: 0000-0001-5241-9434*

*Nikolay A. GOLOVIN¹ — Dr. Sci. (Sociol.), Professor
E-MAIL: n.golovin@spbu.ru
ORCID: 0000-0002-3595-2349*

*Andrey A. KLEBANOV² — MSc, Applied Mathematics and Computer Science; CEO
E-MAIL: andrey.klebanov@beensaid.in
ORCID: 0000-0001-5241-9434*

¹ St Petersburg State University, St Petersburg, Russia

² Beensaid LLC, St Petersburg, Russia

Аннотация. В статье на примере политической борьбы вокруг официального решения о передаче Исаакиевского собора в Санкт-Петербурге (в здании которого работает музей) Русской православной церкви исследуются особенности культурно-политических общественных движений в условиях крупного города с целью определить вклад онлайн-коммуникации в их успех. Привлекается теория социальных движений в сочетании с моделью коммуникации Н. Лумана, что позволяет полнее учесть особенности мобилизации участников через интернет. Для сбора эмпирических данных о содержании сетевой политической коммуникации и о традиционных политических акциях в борьбе за и против рассматриваемого решения использована технология big data в сочетании с анкетным опросом участников сетевых групп. Раскрываются социально-структурные и общественно-политические характеристики таких групп, коммуникативные связи между ними, соотношение интенсивности онлайн-коммуникации и традиционных политических акций:

Abstract. Based on political struggle around the handover of the St. Isaac's Cathedral in St. Petersburg (which functions as a museum), the authors investigate cultural and political specifics of the public movements in large cities and give an attempt to assess the impact that the online communications have on the success of those movements. Social movement theory and Luhmann concept of communication are used to provide a full analysis of participants' mobilization on the Internet. The authors use big data analysis along with questionnaire survey instrument to collect empirical data related to network political communications and traditional political activities in support for or against decisions. The study explores socio-structural and socio-political features of the groups, their connections, a relationship between online communication intensity and traditional political actions such as rallies or marching in support for (or against) political decisions. The case study helps to describe how the given cultural and political movement shapes the final decision. It is proved that the use of social media

митингов и шествий в поддержку и против решения. На примере данного кейса показывается влияние данного культурно-политического движения на судьбу решения. Доказано, что использование социальных сетей повышает влияние протестного движения на принятие политических решений, но в российских условиях оно не представляет собой эффективную альтернативу традиционным политическим акциям.

Ключевые слова: социальные движения, протестная мобилизация, онлайн-сообщества, политическая коммуникация, гражданское общество, big data

Благодарность. Статья подготовлена при поддержке ресурсного «Центра социологических и Интернет-исследований» СПбГУ, НИР № 10.52.1374.2017 и при участии ООО «Бинсэд» (www.beensaid.in) (Санкт-Петербург), государственный регистрационный номер 1147847556515, деятельность по созданию и использованию баз данных и информационных ресурсов.

Введение

В Санкт-Петербурге политика и культура тесно связаны между собой. Протестные движения часто возникают по поводу решений администрации о знаковых объектах истории, культуры, архитектуры. Так произошло в конце 2016 г., когда был опубликован Приказ Минкультуры РФ (далее — Решение) передать здание музея-памятника «Исаакиевский собор» в пользование Русской православной церкви (РПЦ).

Современные социальные движения, в том числе и протестное движение в Санкт-Петербурге по поводу Решения, невозможно оценить без взвешенного учета значимости их онлайн-коммуникации, связанной с их политическими акциями. В социологии уже обсуждается данная проблема. Часть авторов считают, что при использовании новых информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) социальные движения как субъект политики существенно не меняются. Интернет как техническое средство коммуникации повышает организованность офлайн-акций и содействует их успеху за счет так называемой e-mobilization — цифровой мобилизации. Другие полагают, что изменяется сама модель органи-

increases the influence of protest movement on decision-making but in Russia this is not an alternative to traditional political protest.

Keywords: social movements, protest mobilization, online communities, political communication, civil society

Acknowledgment. The paper is supported by the 'Center for Sociological and Internet Research' at the St. Petersburg State University (NIR no. 10.52.1374.2017) and the Beensaid LLC (www.beensaid.in) (state registration number 1147847556515).

зации общественных движений. Возникают «e-movement» (интернет-движения), бытующие только в виртуальном пространстве. Наше исследование протестных акций вокруг Решения способствует оценке значимости обеих точек зрения на названную проблему исследования движений в российских общественно-политических условиях.

Целью исследования является оценка значимости использования новых коммуникативных возможностей интернета участниками борьбы вокруг Решения о передаче Исаакиевского собора в пользование РПЦ.

Памятник культуры Исаакиевский собор в Санкт-Петербурге выполняет две функции: с 1928 г. — музейную и после 1992 г. — восстановленную религиозную (богослужения в здании собора).

Федеральный закон «О передаче религиозным организациям имущества религиозного назначения...» предусматривает безвозмездную передачу в собственность или в пользование религиозным организациям государственного или муниципального имущества религиозного назначения. На его основе 23 декабря 2016 г. Министерство культуры РФ издало Приказ о передаче собора РПЦ, а 30 декабря 2016 г. Администрация Санкт-Петербурга утвердила план мероприятий по исполнению Решения Минкульта, приняв Распоряжение № 160-р. 10 января 2017 г. губернатор Санкт-Петербурга обнародовал его в СМИ, что вызвало широкий общественный резонанс. «Решение влечет за собой ликвидацию одного из самых успешных музеев России», — заявил Президиум Творческого союза музейных работников Санкт-Петербурга и Ленобласти (12 января 2017 г.). Его поддержали Санкт-Петербургский союз ученых и директор Государственного Эрмитажа — президент Союза музеев России.

17 декабря 2017 г. Святейший Патриарх Московский и всея Руси заявил, что после возвращения собора музейная деятельность, ремонтные и реставрационные работы в нем продолжатся, вход в храм будет свободным, но «сохранится плата за экскурсионное обслуживание, за осмотр города с колоннады Исаакиевского собора». Святейший Владыка отметил, что Решение не должно быть «причиной для политических протестных выступлений», но разделил противников Решения на доброжелателей и недоброжелателей, то есть по нравственному критерию, что усилило поляризацию заинтересованной общественности по данному вопросу.

В начале 2017 г. были созданы семь сетевых сообществ в социальной сети «ВКонтакте» «за» и «против» Решения, два ранее существовавших на базе музея и собора включились в обсуждение Решения в сети и не только. Были устроены публичные встречи с депутатами, а в марте и мае 2017 г. в городе прошли шествия и митинги против Решения. По большей части негативная реакция общественности на Решение дошла до своего адресата — органов власти страны и города.

27 января 2017 г. общественные активисты обратились в районный суд с коллективным иском о признании недействительным Распоряжения № 160-р. Суд отказал в удовлетворении жалобы (доводы суда здесь опущены), 2 марта 2017 г. городской суд рассмотрел апелляцию и оставил определение районного суда без изменения. Затем была подана жалоба в Конституционный суд РФ (КС РФ), который проверил законодательную норму, являющуюся основанием Решения о передаче собора РПЦ, и в определении от 18 июля 2017 г. подтвердил ее конституционность. Согласно

особому мнению судьи КС РФ Ю. М. Данилова, суды первой и второй инстанции допустили отступление от требований всестороннего, полного и объективного исследования всех обстоятельств дела. Это поставило КС РФ перед необходимостью высказать суждения и сделать выводы — за пределами своей компетенции в отношении нормативных актов, не входящих в предмет рассматриваемого дела, то есть высказаться по содержанию судебного рассмотрения конфликта.

Из определения КС РФ от 11 мая 2017 г. стало известно, что губернатор Санкт-Петербурга сообщил депутатам Законодательного собрания города о том, что по состоянию на 3 марта «проводится анализ публикаций в средствах массовой информации, массовых публичных выступлений, письменных обращений граждан и депутатов Законодательного Собрания Санкт-Петербурга в органы государственной власти Санкт-Петербурга и Российской Федерации для учета мнения жителей по вопросу передачи здания Исаакиевского собора в безвозмездное пользование РПЦ»¹.

Во время «Прямой линии» 15 июня 2017 г. президент РФ В. В. Путин заявил, что «...нужно деполитизировать эту проблему, забыть о том, что она существует как таковая, с уважением относиться и к религиозным чувствам людей и не забывать, что это здание и сооружение строилось как церковь, а не как музей. Но музейная функция там, конечно, должна сохраниться»².

Решение о передаче собора РПЦ законно, но меняет сложившееся сочетание музейной и религиозной функций памятника культуры, затрагивает интересы музейного сообщества, РПЦ, культурные практики граждан, нравственные ценности общества. Именно поэтому изучение данного кейса представляет собой большой культурно-политический интерес.

Выбор теоретических рамок. Ниже используется теория общественных движений в сочетании с теорией социальной коммуникации Н. Лумана. Лумановская теория коммуникации позволяет исчерпывающе объяснить структуру социальной коммуникации: не только ее техническую составляющую (перенос информации), но и смысловую: понимание на стороне получателя, его присоединение к дальнейшей коммуникации (движению) либо неприсоединение (несогласие). Это свойство коммуникации и соответствующий тезис Лумана об избирательности коммуникации на стороне отправителя и на стороне получателя постоянно имеется в виду в данном исследовании [Луман, 2000: 43–54].

Эвристичным и довольно близким такому сочетанию вышеуказанных теоретических положений является использование культурно-антропологического подхода, в рамках которого общественные движения рассматриваются как часть публичной коммуникации. Их политические практики, читаемые «как сообщения... имеют «коммуникативное задание», то есть направлены на донесение информации до адресата», что не вызывает сомнений [Архипова* и др. 2017: 86]. Соответственно, политическая офлайн-акция трактуется как событие и как коммуникативное сообщение [Архипова* и др., 2018], однако коммуникативная цепочка не рассматривается авторами до конца, то есть не анализируется реак-

¹ URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71627018/#ixzz57II6Lo8y> (дата обращения: 17.02.2018).

² URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/54790> (дата обращения: 17.02.2018).

Здесь и далее: * 26.05.2023 внесена в реестр иностранных агентов.

ция получателя (власти). Основное внимание уделено отправителю (движению), в том числе и его реакции на себя как коммуникативное сообщение. В нашем исследовании реакция власти известна, задокументирована и учтена.

В связи с развитием технологий Web 2.0 в интернете (с 2004 г.) возникают новые исследовательские вопросы относительно социальных движений: об изменении способов мобилизации участников, формах организации движений, их внутренней коммуникации, об использовании новых ресурсов, в том числе интернета.

Вслед за Ф. Нульмайером и Й. Рашке мы исходим из того, что социальное движение является «мобилизующим коллективным действующим лицом, которое с известной степенью непрерывности, на основе высокой символической интеграции и малой ролевой дифференциации, посредством изменяющихся форм организации и деятельности преследует цель провести в жизнь, избежать или обратить вспять основополагающие общественные изменения» [Нульмайер, Рашке, 1990: 15]. В этом определении отражены существенные черты движений, но следует учесть и стремительную смену коммуникативных основ общества. Общественные движения становятся сетевыми феноменами, соединяющими множество акторов (индивидов, групп, организаций), участвующих в политическом или культурном конфликте (см. напр.: [Diani, 1992]). Акторы независимы и участвуют в движении со своим социально-политическим и географическим контекстом, целями и ценностями. Они связаны различными формами сотрудничества и взаимного признания; границы движения выходят за пределы отдельных протестных акций, кампаний или организаций. В связи с этим в социологии активно обсуждается проблема интернет-движений, которые возникают в коммуникативном пространстве интернета и становятся реальным фактором общественной жизни. По данному вопросу сформировались два подхода.

Первый сводится к тому, что политика не меняется по существу, а использование интернета — лишь новый важный дополнительный ресурс движений [Margolis, Resnik, 2000]. Значимость такого подхода снижается вместе с утратой традиционными СМИ своей роли в общественной коммуникации. *Второй* учитывает культурные и технологические изменения. ИКТ открывают возможность участия для «небольших политических групп, которые не могут себе позволить на равных конкурировать, используя обычные ресурсы и информационные каналы влияния» [Сморгунов, 2014: 23]. Мобилизация и организация социальных движений меняются, все движения становятся сетевыми [Hara, Huang, 2011: 2]. Сетевая деятельность, по мнению Дж. Ёрл и К. Кимпорт, варьируется в рамках между «e-mobilization» и «e-movement» [Earl, Kimport, 2011].

С точки зрения первого подхода движения используют социальные сети прежде всего для рекрутирования новых участников. С позиции второго подхода **все** политические акции движения происходят онлайн (например, сбор подписей под сетевой петицией, организация бойкотов и другие) [Theocharis et al., 2015]. Эмпирические исследования не дают однозначного ответа на вопрос о том, какой подход более эффективен. С одной стороны, участники офлайн-действий сами по себе отличаются от тех, кто участвует в движении через онлайн-сообщества, но активисты и лидеры движений занимают более высокое положение и в сете-

вых группах [Koltsova, Selivanova, 2015: 20]. Поэтому мы обратились к работам, обобщающим теорию вопроса.

Немецкая исследовательница Х. Шаде приходит к выводу о том, что движения при использовании ИКТ в своей основе остаются теми же, что и до появления и использования новых ИКТ, и оснований для понятия «новейшие социальные движения» пока недостаточно. Тем не менее следует учитывать ослабление связей между участниками в онлайн-группе по сравнению с реальной группой, в которой политическая деятельность подкрепляется доверием, сложившимся на неформальной основе. Эту особенность Шаде обозначает термином «сетевые квазигруппы» [Schade, 2017: 58—60].

В обобщении научных публикаций о движениях П. В. Колозариди и А. А. Ульданов также отмечают, что пока нельзя говорить о сущностной трансформации движений из-за развития новых ИКТ, но подчеркивают, что появление интернета «существенно для их развития» [Колозариди, Ульданов, 2015: 106].

Таким образом, принятое определение социального движения остается актуальным, но есть достаточное основание дополнить его признаком использования движением разнообразных способов и форм коммуникации, новых ИКТ, значимым для успеха движений.

Методы исследования. Для мониторинга и анализа содержания материалов сетевой коммуникации участников движений использовались автоматизированные методы сбора коммуникативных сообщений программой для мониторинга контента социальных сетей. Они были верифицированы с помощью онлайн-опроса пользователей сети. Без такого сочетания методов сбора и интерпретации данных повышаются риски исследовательских неточностей и даже грубых ошибок в оценке собранной информации.

Сбор данных был проведен с 9 марта 2017 г. по 4 мая 2017 г. в крупнейшей российской социальной сети «ВКонтакте». После проверки на спам прежде всего определялась тональность сообщений машинным классификатором сообщений SVM (Support Vector Machine) [Рубцова, 2015], заранее обученным на общедоступных текстах коммуникативных сообщений по данной теме. Было собрано 4161 единиц анализа (записей на стенах сообществ и пользователей).

Из всего массива коммуникации мы выделили девять сетевых сообществ, которые сформировались в ходе конфликта вокруг Решения, либо были созданы ранее при музее или соборе. Данные об их коммуникативных структурах собирались через API (Application Programming Interface). Для визуализации связей внутри и между сетевыми группами использовалась интерактивная платформа визуализации и исследования для всех видов компьютерных сетей Gephi³ (The Open Graph Viz Platform). Затем в сетевых сообществах с помощью их модераторов был проведен анкетный онлайн-опрос 465 респондентов. Результаты анализа данных о коммуникации сетевых групп и их интерпретации сопоставлялись с результатами анкетирования. При этом учитывался опыт исследования графов «дружбы» и коммуникативной активности сетевых сообществ Центра социологических и Интернет-исследований СПбГУ и другой многообразный исследователь-

³ URL: <https://gephi.org> (дата обращения: 17.02.2018).

ский опыт — в частности, выявление внутренней «социальной структуры» сетевых групп во «ВКонтакте» [Рыков, Кольцова, Мейлахс, 2016; Gruzd, Tsyganova, 2015; Гурин, 2016], описание взаимосвязей между группами [Суслов, 2016].

Мониторинг социальной сети выявил в целом негативное отношение ответственности города к Решению. Одновременно собирались фактические данные о политических акциях участников конфликта. Так, в городе прошли митинги против Решения (офлайн-акции), в которых участвовало по разным данным до 5 тыс. человек. Перед ними наблюдалось повышение коммуникативной активности в социальных сетях в связи с обсуждением Решения, в том числе во «ВКонтакте» (см. рис. 1, табл. 1). На рисунке заметна связь во времени между сетевой коммуникативной активностью и политическими акциями по поводу Решения. Видны три «пика» — резкие повышения тональности сообщений одновременно с митингом на Марсовом поле в защиту культурных ценностей Петербурга, в том числе сложившейся практики двухфункционального использования собора (18 марта 2017 г.); поддержкой решения о проведении городского референдума по статусу собора Горизбиркомом (28 марта 2017 г.) (не состоялся); шествием единой градозащитной колонны по Невскому проспекту и митингом на Марсовом поле (1 мая 2017 г.).



Рисунок 1. Коммуникативная активность пользователей социальной сети «ВКонтакте» и публичные акции в связи с Решением о передаче Исаакиевского собора РПЦ (9.03.2017—4.05.2017)

Сообщения о событиях вокруг Решения публиковались как от лица отдельных пользователей, так и от лица сообществ — количество и тех, и тех примерно одинаково. Однако сообщение на странице сообщества имеет совсем другую аудиторию, чем на личной странице пользователя. Для оценки влиятельности этого различия для каждого сообщения рассчитывается коэффициент охвата, характеризующий реакцию аудитории на отдельное сообщение (просмотры, лайки, комментарии и репосты). Чем выше это значение, тем больше пользо-

вателей ознакомились с сообщением. В нашем случае использовался эвристический подход (см.: [Щекотуров, 2016]). Из таблицы 2 следует, что сообщение на стене сообщества примерно в 60 раз влиятельнее сообщения на страничке пользователя, что не означает согласия получателя со смыслом сообщения и его поддержку (об этом, по Н. Луману, принимается положительное или отрицательное решение).

Таблица 1. Публичные акции и тональность сообщений в связи с Решением о передаче Исаакиевского собора РПЦ (9.03.2017—4.05.2017), %

Акции	Период	Негативная тональность	Позитивная тональность
Митинг на Марсовом поле в защиту культурных ценностей Санкт-Петербурга (18.03.2017)	12.03.2017—18.03.2017	20,4	4,2
Публикация Горизбиркомом решения о проведении городского референдума по статусу собора (28.03.2017)	16.03.2017—18.03.2017	15,2	7,9
Шествие единой оппозиционной градозащитной колонны по Невскому проспекту и митинг на Марсовом поле (1.05.2017)	29.04.2017—1.05.2017	13,6	4,4

Таблица 2. Оценка степени достижимости получателя сообщением во «ВКонтакте»

Автор	Число сообщений	Общий охват получателей одним сообщением	Средний охват одним сообщением
Пользователь	1989	53 161	26,7
Сообщество	2172	3 465 808	1595,7
Итого	4161	3 518 969	845,7

Судя по коммуникативным сообщениям, структура предпочтений, характеризующая потоки коммуникации вокруг Решения, с учетом статистической погрешности оказалась следующей. Негативное отношение к Решению выражено в 17 % сообщений пользователей, позитивное — в 7 %, нейтральное — в 66 %, неопределенное — в 10 %. Для сообществ эти показатели составляют 17 %, 6 %, 62 % и 15 %, соответственно (см. рис. 2).



Рисунок 2. Структура тональности коммуникативных сообщений пользователей социальной сети «ВКонтакте» и сетевых групп

Оказалось, что социально-демографические характеристики поддерживающих Решение и не одобряющих его практически не различаются. Гендерная принадлежность и возраст несущественны. Следовательно, речь идет лишь о проявлении мировоззренческих различий, связанных с пониманием отношений церкви и общества.

Широкая география участников, выразивших свое отношение к Решению, отражает значимость этой проблемы для всей страны (для всего рунета). Большинство дискуссионщиков живет в России (94%), 3,9% — в пределах бывшего СССР, из них 2% — на Украине (с 15 мая 2017 г. «ВКонтакте» и некоторые другие российские интернет-сайты там заблокированы), 0,9% — в Беларуси. Остальные пользователи дислоцированы в странах дальнего зарубежья, больше всего в Израиле. Структура тональности коммуникаций участников, а значит и их отношение к Решению в целом, мало различается по регионам, но все-таки чем дальше от России, тем она более нейтральная.

В пределах России активнее всего участвовали в обсуждении жители крупных городов, в первую очередь Санкт-Петербурга (60,5%). Из Москвы было 11,7% участников, из других городов — 27,8%. Это говорит о том, что обсуждаемая проблема оказалась скорее локальной, несмотря на отмеченный выше резонанс в регионах страны и за ее пределами. В Санкт-Петербурге и Москве преобладает негативное отношение к Решению, остальная Россия более толерантна. Интересно, что доля поддержки Решения жителями других городов почти такая же, как в Санкт-Петербурге (7—8%), и выше, чем в Москве.

Сетевые сообщества и их коммуникация. Социальные сети сыграли важную роль в ходе конфликта. По данным нашего интернет-опроса, 47% респондентов из 465 опрошенных участников сообществ во «ВКонтакте» указали, что впервые узнали о Решении через социальные сети, 18% — из новостных сайтов и 13% —

из сетевых газет (таким образом, 78% информации участники опроса получают из новых электронных СМИ). От так называемых значимых других (коллеги, друзья, родственники, члены семьи) узнали о Решении лишь 8% опрошенных. Остальные 14% — из телепередач и других традиционных СМИ.

В ходе конфликта вокруг Решения в сети «ВКонтакте» (и в других социальных сетях) были созданы семь сообществ поддержки реализации Решения либо против него, еще два были созданы ранее и политизировались в отношении Решения (см. табл. 3).

Таблица 3. *Старые и новые сообщества в сети «ВКонтакте», связанные с музейной и религиозной функциями собора и Решением*

№ п/п	Название сетевых групп, их ориентация	Количество участников*
<i>А. Сетевые сообщества за передачу собора РПЦ</i>		
	Религиозной направленности	
1	Исаакиевский собор — православный храм	менее 600
2	Возвращение Исаакиевского собора церкви	380
3	За передачу Исаакиевского собора православным	более 90
4	Приход Исаакиевского собора	более 900
<i>Б. Сетевые сообщества против передачи собора РПЦ, за сохранение сложившегося сочетания музейной и религиозной функций</i>		
	Сетевая группа работников музея	
5	Музей-памятник «Исаакиевский Собор»**	более 4000
	Религиозной направленности	
6	Православные — за Исаакий как собор и музей!	более 230
	Градозащитные движения, творческая интеллигенция	
7	Комитет защиты Петербурга. Защитим Культурную столицу от «провинциализации» и «декультуризации»***	более 1000
	Системная оппозиция, представленная в Законодательном Собрании Санкт-Петербурга	
8	Защитим Исаакиевский собор	более 7000
	Внесистемная оппозиция и постоянно протестующие интернет-активисты	
9	Сохраним Исаакиевский собор	более 7000

Примечание. Группы с количеством участников менее 20 не учитывались.

* На октябрь 2017 г.

** В ходе конфликта она стала неофициальной и независимой группой работников музея.

*** Статус этого сообщества двойственный. По названию это градозащитное движение, а по сути его деятельность координируется системной оппозицией. Во время конфликта сообщество называлось «Марш в защиту Петербурга» и занималось организацией соответствующих протестных акций. В рамках анализируемого периода их было две: 18 марта и 1 мая 2017 г.

До возникновения конфликта были два сосуществующих сетевых сообщества, связанных с деятельностью собора. Во-первых, «Музей-памятник «Исаакиевский собор»» — официальная страница музея, в ходе конфликта она стала неофициальной и независимой группой музея⁴. Другая группа — «Приход Исаакиевского собора». Конфликт радикализировал их на противников и сторонников передачи собора РПЦ. Из таблицы 3 видно, что в ходе конфликта из семи новых сетевых групп три выступили в поддержку Решения с общим числом участников немногим более 1000 и, соответственно, четыре группы из 13400 участников — против Решения.

Сторонники Решения — православные активисты — создали сетевые сообщества «Исаакиевский собор — православный храм», «Возвращение Исаакиевского собора церкви», «За передачу Исаакиевского собора православным».

При этом сообщество «Возвращение Исаакиевского собора церкви», связанное с Фондом возрождения христианских ценностей «Священная Лига Святого Георгия», созданное в 2016 г., потребовало возвращения Собора РПЦ еще до официального Решения. После обнародования Решения в 2017 г. его сетевая активность резко снизилась. Вероятно, наиболее активная часть данной группы перешла в другие православные группы, выступающие за реализацию Решения.

Было создано и сетевое сообщество верующих, выступающих за сохранение статус-кво (музей и храм) «Православные — за Исаакий как собор и музей!», поэтому было бы заблуждением интерпретировать конфликт как противостояние православных верующих и атеистов. По данным онлайн-опроса участников протестных сообществ, доля верующих составляет 37,5%, при том что 16,6% не стали отвечать на соответствующий вопрос.

Противники Решения создали две сетевые группы, выступающие за сохранение музея-памятника: «Защитим Исаакиевский Собор» и «Сохраним Исаакиевский Собор». Их названия близки по смыслу, но доля их общих участников составляет лишь 17%, что означает, что они представляют собой разные движения против Решения.

Сетевое сообщество «Сохраним Исаакиевский Собор» ориентировано на оппозиционера А. Навального, его сетевым координатором выступает выпускник факультета социологии СПбГУ сотрудник Фонда борьбы с коррупцией Ф. Горожанко.

На рисунке 3 видно, что в процессе конфликта группа «Защитим...» коммуникативно всегда была на порядок активнее, чем сообщество «Сохраним...». Пик активности последней приходится на начало 2017 г. Максимальное число лайков в день здесь достигло 4500. Этому способствовал, в частности, сбор подписей под сетевой петицией #ИсаакийГороду. После этого активность резко снизилась.

Сообщество «Защитим Исаакиевский Собор» поддерживает системную оппозицию, представленную в Законодательном Собрании Санкт-Петербурга депутатами М. Резником и Б. Вишневым от партии «Яблоко», руководителями «Комитета защиты Петербурга». Для них Решение о передаче Собора РПЦ — «провинциализм» и «декультуризация» города на Неве. Позицию движения хорошо иллюстрирует рассуждение на стене сообщества: «Я человек верующий, но абсолютно вне цер-

⁴ В ноябре 2017 г. основана официальная группа, на которую есть ссылка с сайта музея. См. ГБУК ГМП «Исаакиевский собор». Официальная группа. URL: https://vk.com/isaac_cathedral (дата обращения: 17.02.2018).

кви... В России то место, которое раньше занимала партия со своими парткомами, занимает РПЦ — абсолютно идеологическая организация... Храм стоит красивый такой посреди Питера, на чернильницу похож, деньги собирает — давайте-ка мы его «ам!» Но это не церковь, а музей — почитайте историю. А наша церковь не будет водить экскурсии — это вам не Ватикан»⁵.

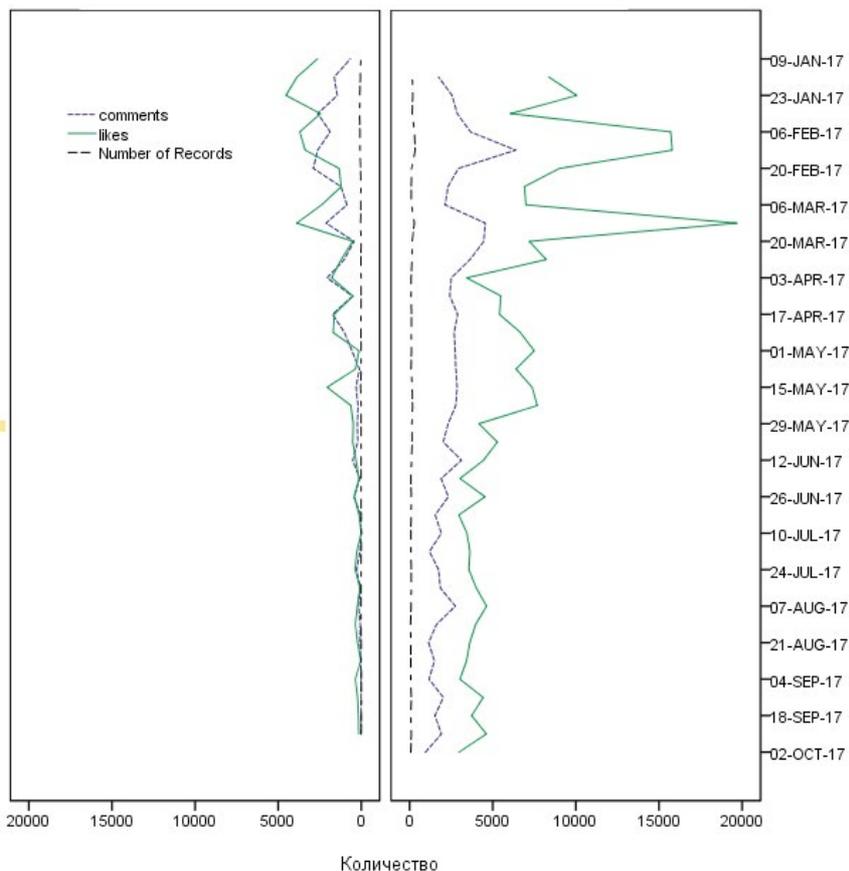


Рисунок 3. Коммуникативная активность сообществ «Сохраним Исаакиевский собор» (слева) и «Защитим Исаакиевский собор»

Судя по содержанию общедоступных материалов, данное сообщество активно участвовало в организации практически всех офлайн-акций против Решения: встреч с депутатами в защиту Исаакиевского собора 28 января и 12 февраля 2017 г., маршей в защиту города 18 марта и 1 мая 2017 г. и экскурсии в собор как музей в День города 27 мая 2017 г. (см. рис. 4). Для мобилизации участников

⁵ URL: https://vk.com/wall-137842480_14195.

использовались сообщества-мероприятия в «ВКонтакте». Главным координатором протестной деятельности в данном случае был член Политсовета городского отделения Партии народной свободы (Парнас) В. Суходольский.

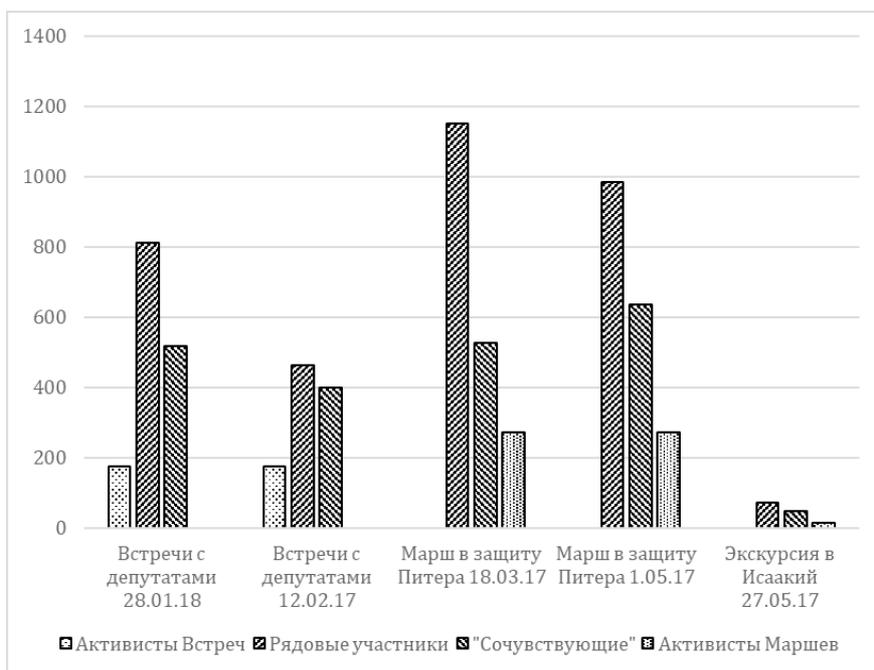


Рисунок 4. Протестные офлайн-акции сетевого общества «Защитим Исаакиевский собор»

Анализ коммуникативной активности во «ВКонтакте» позволяет оценить примерное соотношение активистов, простых участников движений и сочувствующих. К активистам относятся те, кто обязательно участвует в офлайн-акциях, рядовые участники движения могут в них участвовать, но необязательно, остальные участвуют нерегулярно, они — сочувствующие. Участники офлайн-акций могут иметь два статуса: обязательно участвующие либо вероятно участвующие. Первые мы считаем рядовыми участниками, вторых — сочувствующими. Активисты — те, кто планирует участие практически во всех акциях и помогает организовать их. Мы выделили активистов встреч и активистов маршей. Первые записались на обе встречи с депутатами (на самом деле это были митинги при участии депутатов, что не требовало официального разрешения). Вторые зарегистрировались на оба марша. Динамика сетевой офлайн-готовности участвовать в них приведена на рисунке 4. Видно, как падала протестная активность. Встречи переросли в марши, ставшие апофеозом протестных акций. Протесты закончились символической экскурсией в День города 27 мая в храм, после того как процесс передачи Собора РПЦ был приостановлен.

Из анализа коммуникативного поведения обоих сетевых сообществ — противников Решения следует, что группа «Защитим Исаакиевский собор» более спло-

ченная и организованная, чем группа «Сохраним Исаакиевский собор». Еще одно подтверждение тому — визуализация соответствующего им общего графа «дружбы» и определение показателей, характеризующих «тесноту» связей (см. табл. 4 и рис. 5). Доля изолянтов (членов групп, не попавших в сеть) в первом сообществе на треть меньше, среднее число друзей в два раза больше, чем во втором, плотность «связей» выше, средняя длина цепочки «дружбы» короче, соответственно, диаметр графа меньше и т. д.

Таблица 4. **Обобщенные характеристики графов «дружбы» двух протестных сообществ**

Характеристики сплоченности	«Защитим...»	«Сохраним...»
Доля изолянтов, не имеющих друзей	19,4%	31,5%
Среднее количество связей на одного участника группы	7,536	3,258
Плотность графа	0,001	0,000
Диаметр графа (максимальный кратчайший путь между любыми двумя вершинами)	14	19
Средняя длина пути между участниками	4,286	5,418
Средний коэффициент кластеризации (вероятности связи между вершинами АС, при наличии АВ и ВС — друг моего друга — мой друг).	0,313	0,281

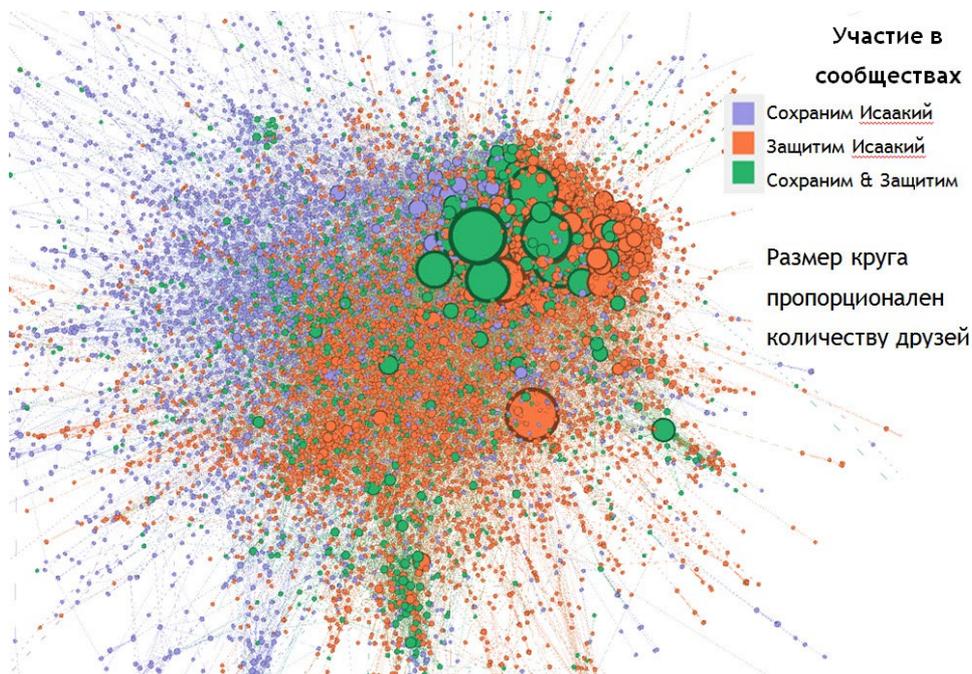


Рисунок 5. Совместный граф дружбы сообществ «Защитим Исаакиевский собор» и «Сохраним Исаакиевский собор»

На рисунке 5 видна структура взаимоотношений обоих сообществ. Наиболее активные участники группы «Сохраним...» входят в ядро сообщества «Защитим...». Соответственно, ядро сообщества «Защитим...» — скопление узлов оранжевого и зеленого цвета. Сетевая структура «Сохраним...» не отличается высокой плотностью. На долю «оранжевых» приходится 41,1% всех связей в общем графе, а на «синих» — 15,9%.

В какой-то степени оба сетевых сообщества взаимодействуют с сообществом «Музей-памятник «Исаакиевский собор»» (3,5% участников обоих протестных сообществ входят в группу «Музей-памятник «Исаакиевский собор»»: 7% из сообщества «Защитим Исаакиевский Собор», более 5% — из группы «Сохраним Исаакиевский собор»). Их позицию иллюстрирует типичный пост: «А куда 400 работников музея пойдут? На улицу? На биржу труда? Им «позволяют» остаться... а есть они что будут? За квартиру чем платить? Или до, после работы и в обеденное время они будут с протянутой рукой на паперти стоять? А если им будут платить зарплату, то откуда деньги? Из бюджета тянуть? Не надо ломать то, что и так хорошо. Вам не дают молиться? Чего вам не хватает, православные вы наши?»

Взаимосвязи между сторонниками и противниками Решения изучались на основе анализа общих участников сообществ. Это позволяет визуализировать их в двухмерном пространстве относительно друг друга, определить, насколько дифференцированы их связи, а также выявить значимость отдельных сообществ в этой совокупности групп. Графическая визуализация контактов между рассматриваемыми сообществами и результаты выделения их внутренней структуры методом модуляции приведена на рисунке 6. Сообщества являются узлами графа, а ребра — связями между ними, в качестве веса ребер выступает количество общих участников (см. [Суслов, 2016])⁶.

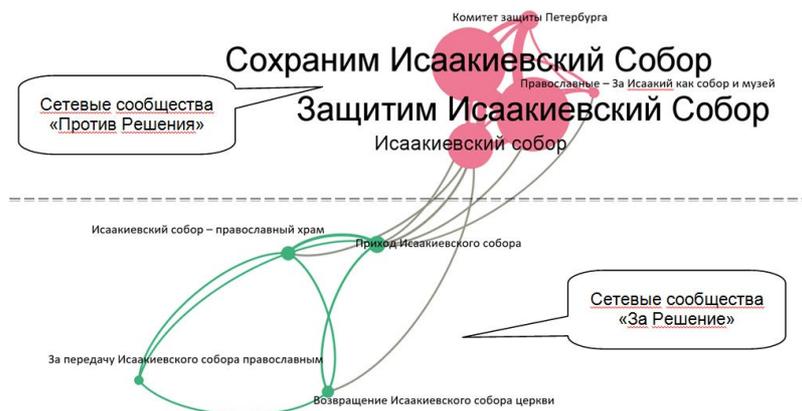


Рисунок 6. Граф взаимодействия сетевых сообществ — основных участников конфликта вокруг Решения. Обозначения: розовый цвет — кластер противников Решения; зеленый — его сторонников. Диаметр узла и высота шрифта в наименовании сообществ пропорциональны числу участников сообщества; толщина ребра — общему количеству участников в сообществах

⁶ Иногда за веса ребер принимают разные бинарные «меры согласия», но общепризнанного показателя в статистике не выработано. Часто используют коэффициенты Жаккарда и Серенсена. В этом случае при визуализации толщина ребер будет отражать сильные и слабые связи.

На рисунке 6 видны две совокупности групп: 1) за сохранение обеих функций собора: музейной и религиозной («розовые» сообщества) и 2) за реализацию Решения («зеленые» сообщества). Последние малочисленны, плотность их внутренних коммуникативных контактов низка. Следовательно, далеко не все православные поддерживают Решение — знак напряжения в отношениях РПЦ и верующей части населения. Обнаруживаются тесные контакты трех сообществ — противников Решения, тяготение независимой и неофициальной группы музея к наиболее организованному сообществу «Защитим...», за которым стоит неформальный «Комитет защиты Петербурга». Он, судя по содержанию сетевых сообщений, активно организовывал все протестные офлайн-акции в городе.

Сетевые сторонники Решения в целом оказались менее активны, более разобщены, чем их противники. Но и они использовали возможности социальных сетей для выражения своей позиции. Они полагают, что «храм должен принадлежать верующим». Они организовали несколько взаимодействующих сетевых групп, пытались организовывать акции в поддержку Решения, но без особого успеха и резонанса.

Интересна компромиссная позиция православных горожан из сетевого сообщества «Православные за Исаакий как собор и музей», которую иллюстрирует следующее послание: «Противопоставление культуры и Церкви — от лукавого. Сотрудничество светских специалистов и клира в Исаакиевском соборе должно продолжаться. Управление «телом» собора должно оставаться в руках музейного ведомства. Это — в интересах православия, в интересах сохранения петербургской церковной культуры. Исаакий — храм Божий и одновременно памятник православных культуры и искусства. Так и должно оставаться. А нам нужен... новый, эффективный, продуманный договор между музеем, который должен по-прежнему опекает здание собора — и нашей епархией»⁷.

Заключительные замечания. За исключением статей А. А. Носикова с соавторами, посвященных анализу начала конфликта вокруг Исаакиевского собора, нам практически не с чем критически сопоставить изложенные выше результаты, тем более что А. А. Носиков и соавторы не полностью раскрывают методику сбора и анализа big data [Носиков и др., 2017: 65—81]. Их кластеризация приводит к выделению семи групп-противников Решения, но ведь есть и его влиятельные сторонники, оставшиеся без рассмотрения.

Данный кейс с Исаакиевским собором проясняет механизм принятия решений, а также уровень взаимодействия государства и общества. Решение о передаче собора РПЦ было формально законным, но с точки зрения общественности оно социально и экономически нецелесообразно, ухудшает сложившийся культурный ландшафт города. Об этом можно судить не только на основе анализа экспертных мнений, но и по изложенным выше результатам мониторинга групп в социальной сети «ВКонтакте», связанных с политико-культурными движениями, вызванными Решением.

Исследование подтвердило уместность использования понятия сетевых квазигрупп сторонников и противников Решения. Анализ коммуникативных структур пользователей и сетевых сообществ показывает, что что даже специально

⁷ Сообщение в сети «ВКонтакте». URL: <https://vk.com/club138881494> (дата обращения: 17.02.2018).

созданные сетевые группы не сформировали новых политических идентичностей и интересов. Интерфейс такой группы в социальной сети — техническое средство фокусировки коммуникативных потоков. Оно играет роль усилителя коммуникации, облегчает лишь начальную стадию движений в разворачивании конфликта.

РПЦ, которая инициировала Решение, обратившись в Министерство культуры с заявлением, особой активности в ходе обсуждения Решения не проявила. В результате городская представительная и исполнительная власть оказалась один на один с недовольной общественностью и понесла значительные репутационные издержки. Следует отметить, что городская администрация в данном случае принимала только распорядительные решения, не вела информационной подготовки в социальных сетях, то есть в целом слабо использовала новые возможности для информационной поддержки своих управленческих решений. Именно о дефиците диалога власти и общественности говорил в своем интервью телеканалу «Россия 24» министр культуры РФ⁸.

Заинтересованная часть общественности, напротив, эффективно использовала коммуникативные преимущества социальных сетей, составляющих конкуренцию традиционным СМИ. На эти обращения откликнулась широкая аудитория культурной столицы. Возникло культурно-политическое движение, организация которого существенно упростилась благодаря интернету. Ему удалось приостановить исполнение решения Министерства культуры РФ, однако приказ Министерства о передаче собора РПЦ не отменен. Губернатор города постоянно подчеркивает, что Решение правомочно, что «вопрос является для него решенным»⁹.

Участники движений и сетевые группы придерживаются разных мнений о перспективах Решения в будущем. На наш прямой вопрос в интернет-опросе: «Как Вы думаете, передадут ли в будущем собор в безвозмездное пользование РПЦ?» — ответили утвердительно 28 %, отрицательно 22 % и 50 % усомнились в этом. Следовательно, можно ожидать новой волны споров и общественных движений за и против Решения и заранее готовить более чувствительный социологический инструментарий для ее исследования.

Данный случай влияния общественных движений на исполнение Решения Минкультуры РФ по передаче знакового архитектурного и культурного объекта — Исаакиевского собора в Санкт-Петербурге РПЦ показателен. Он продемонстрировал, что использование коммуникативных возможностей интернета заметно повышает влияние социальных движений, в данном случае на местную (и не только!) политику.

В исследуемом случае РПЦ и городская власть прибегали к традиционным способам продвижения Решения в общественность. В отличие от них общественность активно использовала социальные сети. В этом контексте сетевое общество «Сохраним Исаакиевский собор» — не более чем «e-movement», в отличие от «Защитим Исаакиевский собор», которое активно использовало и традиционные (митинги и шествия), и сетевые методы в целях блокирования нежела-

⁸ Действующие лица с Наилей Аскер-заде. В. Мединский — Россия 24. 26'27"–27'13". URL: <https://www.youtube.com/watch?v=WuxG197V0HQ> (дата обращения: 17.02.2018).

⁹ Интервью губернатора Санкт-Петербурга Г. Полтавченко «Новой газете», 28.09.2017.

тельных изменений в существующем общественном порядке, то есть является «e-mobilization».

Так, одним из основных направлений деятельности интернет-сообщества «Сохраним Исаакиевский собор» была сетевая петиция «#ИсаакийГороду»¹⁰, под которой было собрано 36700 подписей — типичное «e-movement», деятельность которого ограничивается пространством интернета. Для обществ Запада это традиционная гражданская инициатива, которая имеет определенные политические последствия. Власть, как правило, будет реагировать на них.

Существуют специальные платформы для онлайн-петиций и гражданских кампаний типа Change.org. Сегодня она работает на 11 языках в 196 странах мира и объединяет более 100 млн пользователей. Там есть и русскоязычный сегмент, но никакой юридической силы сетевые петиции не имеют, на них могут обратить внимание СМИ и привлечь к ним внимание властей, но это их ни к чему не обязывает. Исключение составляет интернет-ресурс «Российская общественная инициатива» (РОИ), созданный во исполнение указа Президента РФ от 4.3.2013 № 183 «О рассмотрении общественных инициатив, направленных гражданами РФ с использованием интернет-ресурса «Российская общественная инициатива»», но в данном случае он использован не был.

Причина заключается в следующем. Проведение сетевой петиции «#ИсаакийГороду» через данную официальную платформу как региональной инициативы требует авторизации всех участников, что уменьшает желание участвовать в сборе подписей под петицией. Кроме того, чтобы региональная инициатива получила официальный ход, необходимо собрать не менее 100 тыс. голосов. За петицию «#ИсаакийГороду» было собрано меньше половины необходимого количества подписей. (Другие петиции иных движений, в том числе успешные, нами не рассмотрены и поэтому данный вывод не претендует на универсальность).

При таких обстоятельствах сетевая петиция «#ИсаакийГороду» для власти не более чем «шум», а количество ее подписантов — всего лишь технический показатель. Однако шествия и митинги, организованные сетевым сообществом «Защитим Исаакиевский собор», — выражение реального недовольства части горожан. В результате организаторских усилий оппозиционных петербургских политических лидеров различные группы местного сообщества консолидировались вокруг данной общественно-политической проблемы, и определенные интересы общественности получили публичное выражение в протестных акциях горожан, которые вышли на улицы с тем, чтобы повлиять на управленческое решение.

Анализ данного кейса показал, что одной сетевой коммуникации недостаточно для обеспечения успеха социального движения. В России интернет скорее способен мультиплицировать недовольство и усилить процесс политической консолидации участников движения, нежели внести решающий вклад в успех движения. Без отстаивания своих интересов с помощью офлайн-акций в диалоге гражданского общества и власти успеха движения ожидать трудно.

Продолжая изучать данную проблематику, не следует забывать замечание французского исследователя движений А. Турена [Турен, 1998] о том, что слишком

¹⁰ URL: <https://sobor.gorozhanko.ru> (дата обращения: 17.02.2018).

интенсивная «социологическая интервенция» в движение грозит исследователю целиком и полностью погрузиться в свой беспокойный объект, оставив занятия социологией.

Список литературы (References)

Война как праздник, праздник как война: перформативная коммеморация Дня Победы / Архипова А. С.^{*}, Доронин Д. Ю., Кирзюк А. А., Радченко Д. А., Соколова А. Д., Титков А. С., Югай Е. Ф. // Антропологический форум. 2017. № 33. С. 84—122.

Arhipova A. S.^{*}, Doronin D. Ju., Kirzjuk A. A., Radchenko D. A., Sokolova A. D., Titkov A. S., Jugaj E. F. War as a holiday, a holiday as a war: performative commemoration of the Victory Day. *Anthropological forum*. No. 33. P. 84—122. (In Russ.)

«Пересборка митинга»: Интернет в протесте и протест в интернете / Архипова А. С.^{*}, Радченко Д. А., Титков А. С., Козлова И. В., Югай Е. Ф., Белянин С. В., Гаврилова М. В. // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 1. С. 12—35. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.1.02>.

Arkhipova A. S.^{*}, Radchenko D. A., Titkov A. S., Kozlova I. V., Yugai E. F., Belyanin S. V., Gavrilovala M. V. (2018) «Rally rebuild»: Internet in protest and protest on the Internet. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 1. P. 12—35. (In Russ.) <https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.1.02>.

Гурин К. Е. Структурирование сетей дружбы в онлайн-сообществах СМИ // Дискуссия. 2016. № 6 (69). С. 64—71.

Gurin K. E. (2016) Friendship networks structuring of mass media online communities. *Discussion*. No 6 (69). P. 64—71. (In Russ.)

Колозариди П. В., Ульданов А. А. Интернет и общественные движения: анализ развития тематики в базах SCIEDIRECT и Scopus // Социологический журнал. 2015. Т. 21. № 3. С. 105—128.

Kolozaridi P. V., Ul'danov A. A. (2015) Internet and social movements: analysis of topic development in sciencedirect and scopus databases. *Sociological Journal (Sotsiologicheskij Zhurnal)*. Vol. 21. No. 3. P. 105—128. (In Russ.) <https://doi.org/10.19181/socjour.2015.21.3.2380>.

Луман Н. Невероятность коммуникации // Проблемы теоретической социологии. Вып 3. Отв. ред. А. О. Бороноев. СПб. : Изд-во СПбГУ, 2000. С. 43—54.

Luhmann N. (2000) The Improbability of Communication. In: *Problems of theoretical sociology*. Issue 3. Ex. Ed.: A. O. Boronoev. St. Petersburg: Publishing House of St. Petersburg State University. P. 43—54. (In Russ.)

Протест против передачи Исаакиевского собора Русской Православной Церкви: сетевой анализ и динамика конфликта на этапе его становления / Носиков А. А., Турыгин Ф. В., Мыскин Е. Б., Пелин А. А. // Бюллетень Центра этнорелигиозных исследований. 2017. Т. 1. № 1. С. 65—81.

Nosikov A. A., Turygin F. V., Myskin E. B., Pelin A. A. (2017) Protest against the transfer of St. Isaac's Cathedral of the Russian Orthodox Church: network analysis and the

dynamics of the conflict at the stage of its formation // *Bulletin of the Center for Ethnoreligious Studies*. 2017. Vol. 1. No. 1. P. 65—81. (In Russ.)

Нульмайер Ф., Рашке П. Социальные движения // *Общественные науки за рубежом*. Сер. 4. Государство и право. 1990. № 6. С. 14—20.

Nullmayer F., Raschke P. (1990) Social movements. *Social Sciences Abroad*. Ser. 4. State and law. No. 6. P. 14—20. (In Russ.)

Рубцова Ю. В. Построение корпуса текстов для настройки тонового классификатора // *Программные продукты и системы*. 2015. № 1. С. 72—78.

Rubtsova Iu.V. (2015) Constructing a corpus for sentiment classification training. *Programmnye produkty i sistemy (Software & Systems)*. No. 1. P. 72—78.] (In Russ.)

Рыков Ю. Г., Кольцова Е. Ю., Мейлахс П. А. Структура и функции онлайн-сообществ: сетевая картография ВИЧ-релевантных групп в социальной сети «ВКонтакте» // *Социологические исследования*. 2016. № 8. С. 30—42.

Rykov Ju.G., Kol'cova E. Ju., Mejlahs P. A. (2016) Structure and Functions of Online Communities Network Mapping of HIV-relevant groups in VK.com SNS. *Sociological Studies*. No 8. P. 30—42. (In Russ.)

Сморгунов Л. В. Сетевые политические партии // *Полис. Политические исследования*. 2014. № 4. С. 21—37. <https://doi.org/10.17976/jpps/2014.04.03>.

Smorgunov L. V. (2014) Network political parties. *Polis. Political Studies*. No. 4. P. 21—37. (In Russ.) <https://doi.org/10.17976/jpps/2014.04.03>.

Суслов С. И. Кластеры петербургских политических онлайн-сообществ в «ВКонтакте» // *Вестник СПбГУ. Серия 12*. 2016. № 4. С. 69—86.

Suslov S. I. (2016) Saint-petersburg's political online communities clusters in «VKontakte». *Vestnik of Saint Petersburg University*. Ser. 12. No. 4. P. 69—86. (In Russ.)

Турен А. Возвращение человека действующего = Le retour de l'acteur : Очерк социологии. М. : Научный мир, 1998.

Turen A. (1998) Return of the person acting = Le retour de l'acteur: Essay on sociology. Moscow. Scientific world. (In Russ.)

Щекотуров А. В. Индекс восприимчивости контента виртуального сообщества // *Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены*. 2016. № 1. С. 297—312. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2016.1.14>.

Schekoturov A. V. Sensivity index of virtual community content. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. 2016. № 1. P. 297—312. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2016.1.14>. (In Russ.)

Diani M. (1992) The concept of social movement. *The Sociological Review*. No. 4. P. 1—25. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.1992.tb02943.x>.

Earl J., Kimport K. Digitally (2011) Enabled Social Change: Activism in the Internet Age. Cambridge, MA: MIT Press.

Gruzd A., Tsyganova K. (2015) Information Wars and Online Activism During the 2013/2014 Crisis in Ukraine: Examining the Social Structures of Pro- and Anti-Maidan Groups. *Policy & Internet*. Vol. 7. No 2. P. 121—158. <https://doi.org/10.1002/poi3.91>.

Hara N., Huang B.-Y. (2011) Online social movements. *Annual Review of Information Science and Technology*. Vol. 45. 1. P. 489—522. <https://doi.org/10.1002/aris.2011.1440450117>.

Koltsova O., Selivanova G. (2015) Are Online and Offline Participation in a Social Movement related? The case of Observers for Fair Elections. Working papers by NRU Higher School of Economics. Series SOC «Sociology». WP BRP 67/SOC/015.

Margolis M., Resnick D. (2000) *Politics as Usual: The Cyberspace «Revolution»*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Schade H. (2017) *Soziale Bewegungen in der Mediengesellschaft. Kommunikation als Schlüsselkonzept einer Rahmentheorie sozialer Bewegungen*. Wiesbaden: Springer-Verlag.

Schade H. (2017) Social movements in the media society. Communication as the key concept of a frame theory of social movements. Wiesbaden: Springer-Verlag. (In Germ.)

Theocharis Y., Lowe W., Deth J. W., García-Albacete G. (2015) Using Twitter to mobilize protest action: online mobilization patterns and action repertoires in the Occupy Wall Street, Indignados, and Aganaktismenoi movements. *Information, Communication & Society*. Vol. 18. 2. P. 202—220. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2014.948035>.

СОЦИОЛОГИЯ ИНТЕРНЕТА

DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.16

Правильная ссылка на статью:

Дмитриева О. А. «Русские придумали пить по скайпу». Зачем? Употребление алкоголя в компьютерно-опосредованной коммуникации // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 1. С. 318—333. DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.16.

For citation:

Dmitrieva O. A. «Russians invented Skype drinking» What for? Alcohol drinking in computer-mediated situations. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. 2018. № 1. P. 318—333. DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.16.



О. А. Дмитриева

«РУССКИЕ ПРИДУМАЛИ ПИТЬ ПО СКАЙПУ». ЗАЧЕМ? УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ В КОМПЬЮТЕРНО-ОПОСРЕДОВАННОЙ КОММУНИКАЦИИ

«РУССКИЕ ПРИДУМАЛИ ПИТЬ ПО СКАЙПУ». ЗАЧЕМ? УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ В КОМПЬЮТЕРНО-ОПОСРЕДОВАННОЙ КОММУНИКАЦИИ

«RUSSIANS INVENTED SKYPE DRINKING» WHAT FOR? ALCOHOL DRINKING IN COMPUTER-MEDIATED SITUATIONS

ДМИТРИЕВА Ольга Александровна — аспирант Аспирантской школы по социологическим наукам, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия. E-MAIL: zelenolga@gmail.com ORCID: 0000-0002-3706-1910

Olga A. DMITRIEVA¹ — Doctoral Student E-MAIL: zelenolga@gmail.com ORCID: 0000-0002-3706-1910

¹ Doctoral School of Sociology, National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia

Аннотация. Статья посвящена специфике технологически-опосредованной коммуникации на примере практики совместного употребления алкоголя при помощи программ видеосвязи, таких как Skype. Автор делает обзор исследова-

Abstract. The article is dedicated to the specifics of technologically mediated communication on the example of collective alcohol consumption with the use of programs for video connection such

дований по темам, которые связаны с употреблением алкоголя и онлайн технологиями, обозревает посты по теме исследования в социальных сетях и проводит эмпирическое исследование — делает интервью с людьми, имеющими опыт употребления алкоголя по Skype. Несмотря на то, что в исследовании участвуют русскоязычные эмигранты или близкие эмигрантов, выводы статьи касаются по большей части более широкой проблемы — восприятия особенностей опосредованной коммуникации. Автор предлагает небольшую типологию ситуаций, в которых люди могут пить алкоголь по Skype, и делает вывод о том, что эта практика, перенесённая из офлайна, воспринимается как неполноценная даже самими участниками.

Ключевые слова: алкоголь, эмигранты, отношения на расстоянии, Скайп, интервью

as Skype. The author presents a review of the research concerning the alcohol consumption and online technologies; overviews posts on social media related to the topic; conducts a number of interviews with persons who have an experience of drinking alcohol, while talking online to someone. Despite the fact that the participants of this small-scale study are Russian-speaking emigrants, the conclusion of the research concerns broader issues (such as perception of differences between online and offline communication). The author offers a small typology of the situation of drinking via Skype and concludes that this practice perceived as deficient by its participants.

Keywords: alcohol, emigrants, long-distance relationships, Skype, online interview

Интерес к компьютерно-опосредованной коммуникации и употреблению алкоголя у автора данной статьи появился, когда она переехала жить из России во Францию. Автор продолжала выполнять часть работы дистанционно и регулярно участвовала в рабочих встречах и обсуждениях по скайпу, то есть через программы видеосвязи, которые позволяют разговаривать одновременно несколькими людям. Это называлось «скайп-конференция».

Окружение автора за границей во многом состояло из эмигрантов из России и некоторых других стран бывшего СССР. Большинство из них переехали гораздо раньше. В то время как некоторые уже стали терять связь с родиной и забывать родной язык, другие, наоборот, довольно интенсивно поддерживали связи с близкими, которые остались в других странах. Помимо времени, которое прошло с момента эмиграции, уровень владения различными технологиями и желание ими пользоваться, по наблюдениям автора, во многом обуславливают интенсивность общения с родственниками, друзьями и коллегами на родине. Казалось, что чем более интегрирован человек, тем меньше он вовлечен в онлайн-встречи.

Один из друзей автора, эмигрировавший более шести лет назад, тоже периодически участвовал в «скайп-конференциях», но почему-то перед их началом запасался вином. Оказалось, что «выпить по скайпу» — распространённая практика среди эмигрантов. Однако эта практика компьютерно-опосредованного общения, как будет описано далее, не достаточно изучена.

В 2017 г. интернетом пользовалось уже более 50 % жителей планеты, в среднем по странам Европы — почти 80 %¹. Уровень мобильности также сильно возрос. Только по данным Федеральной службы государственной статистики из России в 2015 г. уехали более 350 тысяч человек (и более 500 тысяч приехали в Россию)². Все больше людей временно или постоянно живут за границей и поддерживают связь с близкими при помощи технологий. С начала 2010-х годов исследователи все чаще обращают внимание на явления, которые появляются на пересечении этих двух глобальных тенденций (например, об этом пишут М. Мадриану и Д. Миллер в статье про полимедиа, которая базируется на этнографическом исследовании транснациональных филиппинских и карибских семей [Madianou, Miller, 2012]). Так что данное исследование, идея которого возникла из наблюдения, связанного с биографической ситуацией автора, может оказаться актуальным.

Если учесть контекст эмигрантской среды, возможного языкового барьера и «вырванность» из привычного круга общения, может показаться, что ответ на вопрос «Зачем люди пьют по скайпу?» очевиден. Например, потому что им не с кем провести время в офлайн-среде, где они живут. Однако даже очевидные ответы должны не опираться на интуицию и здравый смысл, а базироваться на исследованиях.

Данное небольшое исследование посвящено, тем не менее, не проблемам адаптации эмигрантов, а специфике компьютерно-опосредованной коммуникации. Способ коммуникации, который является предметом данного исследования, довольно специфичный. Во-первых, это не коммуникация в узком смысле «общение, разговор», а в некотором роде совместное действие. Во-вторых, это действие не предполагает результата, который можно было бы сравнить, не является необходимым или нужным. Именно эти два пункта могут позволить больше узнать именно о специфике опосредованной коммуникации — о причинах, по которым люди переносят офлайновую практику в онлайн, и о трансформациях, которые эта практика претерпевает в офлайне.

Стоит сразу оговориться, что в исследовании нет подробного сравнения процесса «выпивания по скайпу» ни с употреблением алкоголя при личных встречах, ни с обычными разговорами по скайпу. Хотя до начала сбора интервью такая цель ставилась, выяснилось, что онлайн и офлайн в данном контексте нельзя сравнить как две практики. Это в каждом случае некоторый набор практик и ситуаций, для описания которого потребовалось бы несколько исследований. Для сравнения опосредованных разговоров и опосредованного совместного употребления алкоголя также потребовалось бы соблюсти ряд критериев, которые позволяли бы это сравнить — те же собеседники, те же отношения, та же биографическая ситуация на момент сравнения. Истории пары респондентов отвечали данным критериям, и они смогли провести сравнение, но хотя данный вопрос задавался всем — описать различия было тяжело.

¹ Internetworldstats.com. (2017). World Internet Users Statistics and 2017 World Population Stats. [online] Available at: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> [Accessed 22 Aug. 2017].

² Gks.ru. (2017). Численность и миграция населения Российской Федерации в 2015 году. [online] Available at: http://www.gks.ru/bgd/regl/b16_107/Main.htm [Accessed 29 Dec. 2017].

В статье представлен обзор исследований по темам, которые могут быть релевантными, обзор публикаций по теме в социальных сетях, а также анализ семи интервью, которые были проведены с людьми, имеющими опыт употребления алкоголя по скайпу.

Потребление алкоголя и социальные сети

Связь потребления алкоголя и социальных сетей исследуется чаще с точки зрения репрезентации опыта употребления алкоголя в социальных сетях и того, как эти репрезентации могут влиять на риски, связанные с распространением таких практик [Moreno et al., 2009; Griffiths, Casswell, 2010; Niland et al., 2014; Tonks et al., 2015; Brown, Gregg, 2012]. В работах, посвященных не репрезентациям, а практикам потребления алкоголя «онлайн» (как, например, *«Alcohol and social media: drinking and drunkenness while online»*), исследуются действия, которые участники совершают в социальных сетях, и их отношение к этому [Moewaka Barnes et al., 2015].

Стоит отметить некоторую однонаправленность таких исследований. Темы, связанные с алкоголем, изначально часто фокусируются не на процессе, а на результате — как употребление алкоголя скажется на состоянии человека или общества. Более того, в качестве цели может ставиться отсутствие этого результата. Например, исследование твитов, связанных с употреблением алкоголя *«‘Hey Everyone, I’m Drunk.’ An Evaluation of Drinking-Related Twitter Chatter»*, которое, казалось бы, рассматривает скорее контент, заканчивается выводами о том, какое отношение к алкоголю может сформироваться у пользователей Twitter (большое количество твитов про употребление алкоголя транслируют скорее положительное отношение к такому поведению, и авторы заключают, что «результаты подчеркивают необходимость в сообщениях-предупреждениях о вреде алкоголя, чтобы противостоять проалкогольному присутствию в Twitter» [Cavazos-Rehg et al., 2015]). Или в упоминавшемся выше исследовании молодых людей из Новой Зеландии *«Alcohol and social media: drinking and drunkenness while online»* в выводах также констатируется, что «упоминание, повествование и выработка опыта употребления алкоголя в онлайн усиливает социальные риски, связанные с употреблением алкоголя».

В данном исследовании автор старается безоценочно подходить к практикам употребления алкоголя и фокусируется не на репрезентациях этих практик онлайн публично, а на самих практиках, которые конструируются между людьми. Возможно, чтобы найти что-то более близкое к такой постановке вопроса, нужно было смотреть на исследования потребления алкоголя вне контексте интернета, но это могло бы увести в сторону от специфики компьютерно-опосредованной коммуникации.

Онлайн отношения & отношения на расстоянии

По сравнению с социальными сетями скайп является более узким медиа — исследователи, говоря о скайпе, описывают его в первую очередь как программу для видеосвязи [Longhurst, 2012]. Хотя в большинство социальных сетей и мессенджеров сейчас встроена такая функция, в них есть возможности для «публичного»

общения, самопрезентации и др. При изучении социальных сетей исследователи чаще говорят о том, как люди ведут себя там публично, а не общаются в личной переписке. Переписка и ее роль также изучаются, но реже [Zeng, 2016; Yang et al., 2013].

В скайпе гораздо меньше таких возможностей для «публичного», для самопрезентации или неприватного обсуждения чего-то, что исследователи могли бы наблюдать непосредственно. Скайп чаще изучается именно как инструмент связи — не так важно, для чего (для проведения врачебных консультаций, собеседований при приеме на работу, исследовательских интервью, для общения с близкими).

Исследования отношений на расстоянии может быть гораздо ближе к теме, которой посвящено данное исследование. Стоит оговориться, что существуют два типа таких отношений, которые по-разному строятся и по-разному изучаются. Во-первых, в контексте скайпа можно говорить об онлайн-отношениях, во-вторых — об отношениях на расстоянии.

И тот, и другой типы отношений подразумевают и дистанцию, и общение через интернет (или другие средства связи).

Однако, как видно из исследований онлайн-отношений, чаще всего под этим выражением подразумеваются отношения, в которых онлайн произошло знакомство, и они чаще всего так и развиваются, хотя иногда и переходят впоследствии в офлайн [Wolak, 2003].

Отношения на расстоянии как раз ближе к ситуациям, которые рассматриваются в данной статье: «термин «отношения на расстоянии» включает в себя любые отношения, в которых два партнера разделены географической дистанцией, которая не дает возможности для ежедневного или частого общения» [Oakes, Brown, 2016]. Это довольно широкое определение. В англоязычной литературе отношения на расстоянии часто обозначаются аббревиатурой LDR — long distance relationship. Иногда эта аббревиатура уточняется до LDRR — long distance romantic relationship [Sahlstein, 2004] или до LDDR — long distance dating relationships [Stafford, Merolla, 2007].

Кроме того, конечно, есть статьи, посвященные отношениям между членами семьи, но не супругами: детьми и родителями, бабушками и дедушками и их внуками [Longhurst, 2012; Bangerter, Waldron, 2014; Bevan, Sparks, 2011].

Для дружбы на расстоянии есть отдельная аббревиатура LDF — long distance friendship, и этот термин соотносится с online friendship [Halsall, 2014] так же, как online relationships соотносится с long-distance relationships. То есть дружба на расстоянии возникает из обычной дружбы, когда один из друзей переезжает жить в другой город или в другую страну [Smith, 2010; Becker et al., 2009].

К нашей теме стоит добавить, что дружба на расстоянии особенно важна именно в контексте эмиграции, когда человеку трудно не только расстаться со своими близкими, но и найти друзей на новом месте. Совместное потребление алкоголя в исследованиях дружбы на расстоянии, однако, обычно упоминается как что-то, чего друзья лишены, что они не могут делать вместе [Smiths, 2010; Friedrich, 2010]. Но в нашем исследовании мы видим, как технологии помогают восполнять и этот пробел.

Иногда совместная деятельность и совместный досуг все-таки рассматриваются как важные для поддержания отношений на расстоянии. Например, в статьях ци-

тируется разработка исследователей из MIT «*Lover's cup*» — кружки, соединенные друг с другом при помощи интернет-связи, на которых установлены индикаторы, показывающие, сколько выпил партнер [Chung et al., 2006].

Кроме этого было разработано множество похожих девайсов — симуляция присутствия [Ljung, Wahlforss, 2006], мессенджер для отправления поцелуев [Saadatian, 2014]. В 2012 г. в статье «*All You Need is Love: Current Strategies of Mediating Intimate Relationships through Technology*» рассматривались 143 подобных изобретения [Hassenzahl, 2012].

Однако мы видим, что подобные устройства не получают широкого распространения. Это объясняется тем, что люди скорее адаптируют обычные средства связи для своих целей, и им не нужны специальные программы или устройства для этого [Madianou, Miller, 2012].

«Пить по скайпу» в постах в Facebook

Чтобы проверить, насколько распространена практика «пить по скайпу», был проведен небольшой обзор постов в Facebook по ключевым фразам «пить по скайпу», «пили по скайпу» и «бухать по скайпу». По запросу «пить по скайпу» поиск Facebook выдает в открытом доступе всего 12 публичных постов, хотя в части из них говорится не об алкоголе, а о кофе или чае. По запросу «пили по скайпу» — чуть больше, 24 результата. Ситуации, описываемые в постах, часто похожи — близкие люди (друзья или родственники) которые живут далеко друг от друга, пишут о том, как пили по скайпу. Например: «*Вчера весь вечер пили по скайпу. А что делать, если лучших людей разбросало по планете? Скайп аман болсын...*». Или: «*Интернет творит злые вещи. Я живу в Ровно, Санек в Киеве. Сколько раз планировали набраться... Даже, когда я в Польше жил, пили по скайпу. А тут встретились в Черновцах! И набрались!))*»).

Постов по поисковому запросу «бухать по скайпу» Facebook выдает гораздо больше, но их содержание, с одной стороны, однотипно, с другой — более персонально. Однотипно, так как выражение «бухать по скайпу» используется в шутке, которую на разный лад часто цитируют русскоязычные пользователи социальных сетей: «американцы придумали скайп, а русские — бухать по скайпу» (реже — «пить водку по скайпу»). Эта шутка регулярно перепубликуется отдельно или вставляется в личные истории с 2012 г. Часто такой пост сопровождается одной и той же фотографией, авторство и происхождение которой установить не удалось.

Еще один часто повторяющийся анекдот, который периодически публикуется под видом личной истории из жизни (то есть не репостом и без указания источника) звучит так: «*Жена сидит за компьютером, рядом стоит бутылочка «мартини». Она наливает, что-то бормочет, и в этот момент муж спрашивает: «Ты что, одна стала пить?» — «Не мешай! У нас девичник по скайпу!»*»).

Кроме того, во «ВКонтакте» есть группа «любители бухать по скайпу», однако она объединяет незнакомых людей, которые там ищут себе компанию, чтобы совместно выпить.

Иногда публикации, в которых люди пишут именно о своем опыте «пить по скайпу», сопровождаются фотографиями экрана компьютера или скриншотами. Бывает, что в публикации говорится не о событии, а только о намерении. Но тем не менее

во всех случаях описывается общая ситуация: близкие люди (чаще всего друзья или подруги) находятся далеко, подразумевается, что они пили вместе ранее, но сейчас они могут выпить по скайпу. У этого есть свои плюсы и минусы.

Примерно такие же истории были собраны в рамках интервью, взятых для данного исследования, — так что можно считать их вполне типичными.

Отбор участников и способ проведения интервью

Для поиска участников исследования применялся метод «снежного кома», но это было далеко не просто. Несмотря на то, что у автора много знакомых в эмигрантской среде, только некоторые из них имели интересующий опыт. При этом многие опрошенные утверждали, что никогда не слышали о том, что так можно делать. Следующей трудностью было то, что привычка «выпивать по скайпу» может считаться девиантной, и в каком-то смысле даже более девиантной, чем привычка выпивать с кем-то при личной встрече. В разговорах на эту тему с потенциальными участниками исследования автор не раз слышала высказывания о том, что «это слишком грустно», это «про одиночество» и так далее. То есть «выпивать по скайпу» и говорить об этом для некоторых может означать признание в собственной низкой социализации в стране или городе проживания, в невозможности найти партнера для похода в бар и пр.

Всего в исследовании приняли участи семь человек, две женщины и пять мужчин. Автор, с одной стороны, не хотела ограничивать свое исследование личными знакомыми, чтобы исследование не замкнулось в диаспоре, с другой — на практике так вышло, что автору рекомендовали знакомых в разных городах. Таким образом в исследовании приняли участие жители четырех стран.

Метод исследования — полужурналистское интервью. С одной стороны, в разговоре сложно понять специфику практики, которая часто не рефлексивируется. С другой — представляется, что провести наблюдение было бы более затруднительно из-за влияния присутствия исследователя. А провести опрос не представляется возможным из-за того, что разнообразие практик и биографических ситуаций сложно уложить в опрос, так как эта тема еще не изучена в достаточной мере.

Географическая удаленность участников исследования поставила вопрос о способе проведения интервью. Возможность встретиться и поговорить лично была не у всех участников. Остальные интервью были опосредованными. Как рекомендуют в своей статье «*Qualitative interviewing in internet studies: Playing with the media, playing with the method*» М. Казмер и Б. Кси, участникам было предложено самим выбрать способ, как им удобнее было бы вести беседу [Kazmer, Xie, 2008]. С двумя участниками автор поговорила лично, с двумя — по скайпу, с тремя — в переписке.

Методологическое отступление

В исследованиях, проводящихся онлайн, у исследователя остается все меньше возможностей влиять на процесс. Автор поддерживает введение общего термина «опосредованное интервью», которым можно было обозначать все интервью, которые проходят не во время личной встречи. Как написано в статье П. Колозариди и О. Дмитриевой «*Mediated interviews: introducing a term for changing*

online environment», готовящейся к публикации: нет смысла отдельно разделять скайп-интервью, телефонные и прочие, так как все эти способы связи очень сильно связаны друг с другом, и ограничивать их было бы искусственно.

Однако стоит отдельно остановиться на интервью, которые были проведены по переписке. В качестве причин, по которым участники выбирали такой способ ответов на вопросы, можно выделить две группы: нехватка времени и нежелание разговаривать. Нехватка времени — необходимость выбрать и согласовать час для разговора, учитывая разные часовые пояса и разные графики исследователя и участников, — представляла собой проблему. Также у одного участника была проблема из-за того, что он находился в поездке и не имел ни стационарного, ни мобильного доступа в интернет, а мог отвечать на сообщения только используя публичный вайфай. Поэтому ему было проще переписываться.

Еще в паре случаев обнаружилось, что гораздо легче договориться с участниками об интервью по переписке из-за того, что тема разговора потенциально сензитивная. Двое участников исследования были предварительно знакомы с исследователем, и она отчасти знала биографические ситуации, в которых происходило «выпивание по скайпу», и других участников этих историй. Выяснилось, что в переписке участники меньше смущаются и охотнее дают согласие на участие в исследовании.

Переписка велась в мессенджере Telegram, в специально созданных для интервью беседах. Серьезным отличием от «разговорного интервью» было то, что участники отвечают более коротко [Opdenakker, 2006; Markham, 2004]. Для этого нужно было адаптировать вопросник и прописать ряд дополнительных вопросов, чтобы узнать о деталях, о которых в очном интервью участники могут упомянуть сами или припомнить после паузы. В переписке ответ часто исчерпывается одной репликой, более конкретной, после которой ожидается, что последует следующий вопрос исследователя.

Одно письменное интервью (с участником исследования, у которого были проблемы с доступом в интернет) проводилось по электронной почте. Для этого была выработана отдельная процедура, которая заранее обговаривалась с участником. Интервью проводилось в три этапа. Сначала исследователь отправила список вопросов для интервью и попросила участника ответить максимально подробно. После, когда участник прислал ответы, исследователь прочла их и отправила файл с дополнительными вопросами (часть из них были в вопроснике изначально, но могли смотреться неуместными на первый взгляд, другая часть возникала в процессе чтения ответов). Третьим этапом интервью было совместное обсуждение возможной интерпретации ответов в переписке. Автор делилась своими гипотезами с участником, а он высказывал свои соображения и комментарии. Обсуждение возможных интерпретаций было в каждой из бесед. Это было необходимо, чтобы «выровнять» отношения между исследователем и участником, не держаться заданных форматом интервью рамок и «распределить» власть [Gubrium, Holstein, 2003].

Такой способ обсуждения позволил минимизировать тот эффект «письменного» интервью, из-за которого ответы становятся более короткими и сдержанными, и постепенно создать более доверительные отношения с участником.

Участники исследования

В данной работе речь пойдет как об отношениях на расстоянии, так и о дружбе на расстоянии. При этом вопреки изначальной гипотезе выяснилось, что далеко не всегда люди, которые «выпивают по скайпу», скучают по своим близким или не могут найти компанию для совместного досуга после переезда. Чтобы не приводить цитат с комментариями в подтверждение, ниже приводятся краткие данные об участниках и описание ситуаций, в которых они «пили по скайпу».

1. Культуролог из России, 31 год, находился на стажировке во Франции один. По скайпу он выпивал со своей женой, которая осталась в России.
2. Журналист, 29 лет, живущий во Франции, выпивавший по скайпу со своим лучшим другом из России, с девушками, с которыми он находился в романтических отношениях на расстоянии, и с девушками, которым он симпатизировал (и позднее — также состоял в отношениях), своей девушкой и вообще с девушками.
3. Работник сферы электронной коммерции из Латвии, 34 года, живущий в Риме и выпивающий по скайпу со своим другом, живущим в Лондоне.
4. Редактор, 49 лет, живущий в России и выпивавший по скайпу с подругой, живущей в Латвии.
5. Переводчик, 31 год, живущая в России и выпивающая по скайпу с подругой, живущей в Италии.
6. Редактор, 26 лет, живущая в России и выпивающая по скайпу со своим другом, живущим во Франции.
7. Физик, 32 года, живущий в Швеции и выпивающий по скайпу со своей подругой, живущей в России.

Как видно из этого перечисления, участники исследования в большинстве своем заняты тем, что можно называть «интеллектуальным трудом», и это, конечно, ставит под вопрос возможность экстраполировать выводы, которые были сделаны по итогам интервью с ними. Однако, как будет показано далее, их способы (и причины) пить по скайпу довольно сильно различаются, и это кажется принципиальнее, чем возможное смещение из-за однобокой выборки.

С кем «пить по скайпу»

Как было сказано ранее, традиция «пить по скайпу» может быть частью отношений на расстоянии или дружбы на расстоянии. Так, например, один из участников исследования, находящийся во Франции на стажировке, «пил с по скайпу» с женой. Еще один участник — с девушками, с которыми у него были романтические отношения на расстоянии. Другие же — с друзьями и подругами.

Важным фактором является привычка пить с тем же человеком лично. Таким образом, офлайн-события как бы воссоздаются на расстоянии при помощи технологий связи. Но это необязательно так.

Иногда таким образом воссоздаются ситуации, которых не было. Например, один из участников рассказывал о том, как он пьет по скайпу с девушкой, к которой у него, возможно, есть романтический интерес. Он мог бы пригласить ее в бар выпить вина, если бы она жила с ним в одной стране и в одном городе, но она живет далеко, они познакомились во время его командировки и продол-

жили общаться онлайн, и чтобы лучше познакомиться, он предлагает ей «выпить по скайпу».

«Когда вы, с одной стороны, не слишком друзья, для того чтобы созваниваться и обсуждать ваши новости, но у вас есть желание завязать с этой девушкой общение — тогда вы ее приглашаете на стакан в бар, а когда вы живете в разных городах, то можно предложить выпить по скайпу».

В данной ситуации, возможно, «выпить по скайпу» даже легче, чем предложить просто поговорить по скайпу, потому что Skype часто предполагает не только близкое знакомство, но и привычку именно разговаривать. А возможность пить одновременно предполагает некоторое дополнительное занятие, которое смещает фокус с самой беседы и субъективно облегчает эту беседу.

«Давно не виделись с одним старым другом. Мы с ним очень хорошо общались, когда жили в одном городе. Часто выпивали, проводили время вместе. Но при этом у нас нет привычки общаться по телефону. Так вот позвонить и долго расспрашивать о новостях и рассказывать про себя. Поэтому идея соскайпиться выглядела бы тоже очень странно. А идея выпить всегда выглядит хорошо. Так что выпить в реальности или по скайпу — это уже деталь. Такая же мелочь, как решить, где мы пьем — в баре или к кому-то в гости идем».

Отдельно с участниками обсуждался их опыт общения по скайпу. Выяснилось, что привычка общаться дистанционно необязательно влияет на желание разнообразить это общение, например, при помощи потребления алкоголя. Так, один из участников рассказывал, что общается дистанционно постоянно. Другая участница впервые установила Skype, когда ее бойфренд переехал жить в другую страну, но довольно скоро они стали не только разговаривать по видеосвязи, но и пить так вино.

При составлении опросника автору исследования казалось, что прояснить мотивы людей, «пьющих по скайпу», поможет выяснение их круга общения. Это должно было выявить, восполняет ли такое общение по Skype дефицит личного общения или, например, человек может и не испытывать дефицита общения, но при этом большая часть его повседневной коммуникации проходит онлайн, и поэтому логично, что в онлайн переходят и некоторые формы привычного личного общения.

Вопрос был более актуальным для участников исследования, которые живут за границей, потому что именно они в каком-то смысле вырваны из своего круга знакомых, из родной языковой среды и привычных форм взаимодействия.

Стоит отдельно отметить, что делать какие-то выводы на этот счет было довольно сложно, потому что круг общения связан не только с внешними обстоятельствами вроде переезда, но и с психологическими особенностями каждого участника. Некоторым достаточно поддержания постоянной дружеской связи всего с парой-тройкой людей, другим же привычнее много общаться и лично, и онлайн, и хотя «количественно» близких им людей, с которыми они регулярно на связи, может быть очень много, субъективно в новой среде они могут все равно ощущать недостаток общения в каких-то его формах. Однако никто из участников не говорил о том, что это сыграло хоть какую-то роль в момент, когда им захотелось выпить по скайпу.

Точно так же мы подробно обсуждали личные привычки пить вообще. Они тоже абсолютно разные и нельзя сказать, что в каком-то из случаев именно привычка пить с конкретным человеком играла определяющую роль. Однако именно разговоры о личных стратегиях потребления алкоголя могут помочь осмыслить эту практику.

«Пить по скайпу» vs пить в одиночестве

Несмотря на то что на таком небольшом количестве участников исследования говорить о наличии определенных стратегий употребления алкоголя на расстоянии довольно сложно, в ходе интервью нами был выделен определяющий для данной темы фактор.

То, как и зачем люди «пьют алкоголь по скайпу», в большой степени зависит от того, есть ли у них привычка пить в одиночестве — и то, что она есть, и то, что ее нет, играет довольно важную роль, судя по ответам респондентов.

«Друг предложил выпить. Он вообще и один любит выпивать, а тут получается, что он по привычке выпивал один, но параллельно разговаривал по скайпу со мной — так почему бы и не выпить вместе — решили мы».

«Здесь я чаще выпиваю один. Дома мы довольно часто выпиваем с женой. Несколько раз в неделю. Мы пьем вино, просто покупаем его с продуктами, оно у нас всегда есть. И вечером за ужином, когда уже все дела закончились, можем выпить. Или к нам друг приходит в гости. Здесь я чаще куда-то хожу. Но здесь также покупаю вино с продуктами, и могу выпить вечером. Я мог один выпить и там, если, например, жена уехала куда-то. Поэтому несложно пить по скайпу, если в принципе есть привычка просто сидеть и выпивать одному».

«Мне казалось это глупым — сидеть и пить с монитором компьютера. Это почти так же, как просто пить в разных квартирах и представлять, что ты в компании. Или пить одному дома и думать, что ты в баре. Ну как бы физически ты один и только виртуально с кем-то. И это странно».

Чтобы не описывать каждый конкретный случай, предлагается ввести два типа ситуаций такого употребления алкоголя: «свидание» и «аттракцион».

«Свидания» (речь необязательно о романтических отношениях на расстоянии) устраивают люди, которые обычно не пьют в одиночку. Они заранее договариваются о времени, обсуждают, что они будут пить, заботятся об организации пространства (приватности, создании обстановки). Для них важно общение с конкретным человеком, если вдруг это общение не состоится, они не будут пить. Они хотят поговорить, возможно, поделиться чем-то личным, и алкоголь помогает им, как и в офлайне, расслабиться, не стесняться и пр. Они таким образом воспроизводят личные встречи и воспринимают этот формат общения как личные встречи.

«Как правило, весело. Я не выпиваю с друзьями с горя. Вообще очень редко выпиваю с горя. Но могу иногда выпить с горя один. А по скайпу если пью — то это очень веселый и торжественный момент. Поэтому, конечно, весело. Не очень приятный момент бывает, когда связь вдруг начинает подвисать. Это как если пришел в любимый бар выпить, а там мест нет. Раздражающий такой момент».

«Договаривались заранее. Надо ж было купить вино для этого»

У нас разница во времени была 4 часа. Он бежал сразу с работы домой, а я ждала его допоздна. Поэтому еще надо было заранее договариваться, чтобы у него не было дел. Мама уже спала в это время, слава богу)) и ни разу не видела меня за этим процессом. Не представляю ее реакцию)) все, мы созванивались, вместе открывали бутылку, начинали говорить и пить.

И я в итоге почти до утра пила, леглась часа в 3—4—5».

В своеобразный «аттракцион» совместное употребление алкоголя чаще превращают люди, которые легко и часто пьют в одиночестве. Они никогда не договариваются о том, чтобы выпить по скайпу заранее — это происходит периодически, но всегда спонтанно. Чаще бывает, что они уже начинают пить в одиночестве, параллельно общаясь или переписываясь с кем-то, и предлагают присоединиться по скайпу или выясняется, что их собеседник тоже выпивает в одиночестве, и они созваниваются и продолжают «вместе».

«Мы не договаривались побухать вместе. Такого случая у меня не было, чтобы это было по обоюдной договоренности — типа «что в пятницу делать, давай вместе по скайпу побухаем». Нет, такого не было. Либо я была уже с алкоголем — мне звонит человек, и я уже с алкоголем, и он — о, слушай у меня тоже есть. Например, так».

«Я просто позвонил жене, она как раз готовила, потому что должен был прийти мой друг в гости, и они собирались выпить. И я решил тоже присоединиться, пошел в магазин за вином, потом вернулся, они уже пришли. И все, мы просто разговаривали и выпивали. Планирования тут никакого не было, потому что я даже не помню, чья это была идея. Все так спонтанно произошло».

«Я бы отметил ситуацию с одной моей подругой. Мы познакомились довольно давно в каком-то клубе, и оказалось, что мы оба любим выпить и у нас очень синхронизованный процесс пьянения) Мы с ней все время как встречаемся — идем пить и танцевать) хотя последние годы уже больше просто пить) Ну и как-то созвонились, а она пьет, и я тоже хотел выпить — пошел открыл что было под рукой и мы с ней болтали и пили, и так было пару раз».

Даже немногочисленные случаи, на которых базируется данное исследование, нельзя четко разделить между двумя этими типами ситуаций. Поэтому предлагается представлять все возможные ситуации употребления алкоголя на расстоянии как континуум.

С одной стороны — тип «свидание», для которого принципиальны потребность в общении с конкретным человеком и еще большее сближение с ним. В качестве примера можно привести историю одной из участниц исследования: у нее начались романтические отношения с человеком, но вскоре после начала их романа он переехал в другую страну. По его инициативе они периодически «выпивали по скайпу». До этого она вообще не пользовалась Skype, ей пришлось купить веб-камеру и наушники. Естественно, они иногда разговаривали по Skype без алкоголя, но это было по-другому, а когда они пили вино — разговоры обычно были более длинными и более откровенными («Обычно разговаривали часа по два. А когда пили, то часов по 5»). Потом этот роман закончился и ни до, ни после по скайпу она не пила и до сих пор считает эту практику странной, предпочитая пить при личной встрече.

Крайним случаем «аттракциона» можно считать упоминавшуюся выше группу «любители бухать по скайпу», которая, судя по сообщениям, доступным публично

на стене, задумывалась как поиск компании для того, чтобы выпить. Хотя в данном случае мы не знаем, выпивают ли эти люди одни.

Один из участников исследования рассказывал о своем опыте: какой-то период своей жизни он пил каждый день (на момент проведения исследования он бросил). Живя в Риме, он пил либо один на берегу реки, либо шел в местный бар и пил там с местными людьми (то есть со случайными посетителями бара, с которыми он не был знаком заранее и не собирался продолжать знакомство, а просто пил один вечер). Периодически, когда он пил один на берегу Тибра, он спонтанно звонил своему другу и они пили по скайпу («С другом, Сашей, пьешь на берегу реки и со-званиваешься по скайпу»). Никакой предварительной договоренности на этот счет не было, «так как и он, и я пили каждый день вечером в любом случае». Интересно, что этот участник даже не использовал видеосвязь в процессе.

Если попробовать еще упростить это описание, в первом случае алкоголь нужен, чтобы как-то «скрасить» или облегчить общение, а во-втором собеседник нужен, чтобы развлечь во время употребления алкоголя. И если в первом случае общение становится более откровенным и личным, то во втором, напротив, — ситуационным и необязательным и, возможно, более обезличенным. При этом важно подчеркнуть, что эти типы связаны друг с другом. Так, например, алкоголь может добавлять в важное общение элементы «аттракциона»: «Как ты уже поняла, для меня это не является чем-то самостоятельным, просто способ разговаривать. (...) И можно время от времени ставить какие-то логические точки в беседе, говоря: «ну вот за это надо выпить!» или «ну да хер с тем-то и тем-то, давай лучше выпьем!» Как в жизни».

Заключение: специфика опосредованной коммуникации

Несмотря на то что автору не удалось ни до конца разобраться с причинами, по которым люди выпивают по скайпу, ни определенно описать трансформацию практики (так как выяснилось, что и онлайн, и офлайн практики очень трудно унифицировать), данное описание помогает сделать предположения о специфике опосредованной коммуникации. У всех описанных случаев, в том числе у крайних вариантов ситуаций «свидания» и «аттракциона», есть что-то общее. Что-то, что в одном случае является ее недостатком, ограничением, вызывающим досаду, а в другом — если не преимуществом, то основным свойством, чем-то, что определяет специфику такого общения. Лучше и прямее всего это смог сформулировать один из участников исследования, рассказывая, чем для него отличаются личные встречи для совместного употребления алкоголя и такие встречи по скайпу:

*«Когда ты встречаешься с кем-то, когда это какие-то дружеские отношения, которые тянут на ритуал, это обычно неотменяемо. Если только это очень важные дела, тогда можно отменить. А со скайпом не так. **Скайп обычно можно перенести на завтра. То есть это какая-то «недоситуация».** Я немножко путано говорю, прости, я никогда об этом не думал серьезно. Но вот мне кажется, что да, встреча в скайпе, это какое-то воспроизведение новых форматов, и эти новые форматы еще не осознаются как полностью легитимные и правильные. Они осознаются как суррогатные. А раз осознаются как суррогатные, значит все-таки... **Да, я во время таких встреч всегда говорю «как же хочется тебя увидеть вживую»** (...) Когда ты общаешься с кем-то, ты не говоришь «я*

хочу тебя видеть онлайн», ты говоришь о максимальной близости. А во время онлайн есть еще расширение для большей близости. Вот эта перспектива и ты постоянно об этом говоришь. **Это не конечное общение, именно, что не суррогат, но не конечное общение. И онлайн создает ощущение потенциальной близости большей».**

Для описанного типа «свидание», ощущение «возможного большего», скорее является недостатком. Для типа «аттракцион» — скорее преимуществом, основанным на нежелании большего, хотя иногда также ограничением. (При этом это описание разницы онлайн и офлайн (тот же участник говорит, что эта «большая близость» часто является иллюзией) идёт через описание специфики опосредованной коммуникации, которой свойственен этот потенциал (возможно не реальный, а воображаемый), ощущение возможности большего, которое работает только в одну сторону (не как разница «там больше этого, а здесь — того», а именно как «там больше».

Именно это **ощущение**, и его трансформация нуждается в дальнейшем исследовании для более полного понимания специфики онлайн коммуникации.

Список литературы (References):

- Bangerter L. R., Waldron V. R. (2014). Turning points in long distance grandparent–grandchild relationships. *Journal of aging studies*. No. 29. P. 88—97.
- Bevan J. L., Sparks L. (2011). Communication in the context of long-distance family caregiving: An integrated review and practical applications. *Patient Education and Counseling*. No. 85(1). P. 26—30.
- Brown R., Gregg M. (2012). The pedagogy of regret: Facebook, binge drinking and young women. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*. No. 26. P. 357—369.
- Cavazos-Rehg P., Krauss M., Sowles S., Bierut L. (2015). «Hey Everyone, I'm Drunk.» An Evaluation of Drinking-Related Twitter Chatter. *Journal of Studies on Alcohol and Drugs*. No. 76(4). P. 635—639.
- Chung H., Lee C. H. J., Selker T. (2006, April). Lover's cups: drinking interfaces as new communication channels. In: *CHI'06 extended abstracts on Human factors in computing systems* (pp. 375—380). ACM.
- Friedrich M. (2010) The meaning of friendship for German work migrants in Denmark. MA.
- Griffiths R., Casswell S. (2010). Intoxicogenic digital spaces? Youth, social networking sites and alcohol marketing. *Drug & Alcohol Review*. No. 29. P. 525—530.
- Gubrium J. F., Holstein J. A. (Eds.). (2003). Postmodern interviewing. Sage.
- Halsall N. (2014). Can friendships be formed over the internet? A qualitative investigation of young people's experiences of online social interactions.
- Hassenzahl M., Heidecker S., Eckoldt K., Diefenbach S., Hillmann U. (2012). All you need is love: Current strategies of mediating intimate relationships through technology. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction (TOCHI)*. No. 19(4). P. 30. DOI: 10.1145/2395131.2395137.

Kazmer M., Xie B. (2008). QUALITATIVE INTERVIEWING IN INTERNET STUDIES: Playing with the media, playing with the method. *Information, Communication & Society*. No. 11(2). P. 257—278.

Ljung A., Wahlforss E. (2006). Sensation: A presence enabler for long-distance relationships using Skype and Visual Presence Representation. Retrieved November. No. 22, 2014, from <http://goo.gl/U3WvBU>.

Longhurst R. (2013). Using Skype to Mother: Bodies, Emotions, Visuality, and Screens. *Environment and Planning D: Society and Space*. No. 31(4). P. 664—679.

Madianou M., Miller, D. (2012). Polymedia: Towards a new theory of digital media in interpersonal communication. *International Journal of Cultural Studies*. No. 16(2). P. 169—187.

Markham, Annette M. (2004). The Internet as research context. In: Clive Seale, Giampietro Gobo, Jaber Gubrium & David Silverman (Eds.), *Qualitative research practice* (pp.358—374). London: Sage.

Moewaka Barnes H., McCreanor T., Goodwin I., Lyons A., Griffin C. and Hutton, F. (2015). Alcohol and social media: drinking and drunkenness while online. *Critical Public Health*. No. 26(1). P. 62—76.

Moreno M., Briner L., Williams A., Walker L., Christakis D. (2009). Real use or «real cool»: Adolescents speak out about displayed alcohol references on social networking websites. *Journal of Adolescent Health*. No. 45. P. 420—422.

Niland P., Lyons A., Goodwin I., Hutton F. (2014). «See it doesn't look pretty does it?» Young adults' airbrushed drinking practices on Facebook. *Psychology & Health*. No. 29. P. 877—895.

Oakes K. F., Brown K. S. (2016). Long-Distance Relationships. *The Wiley Blackwell Encyclopedia of Family Studies*.

Opdenakker R. (2006). Advantages and disadvantages of four interview techniques in qualitative research. *Forum: Qualitative Social Research*. No. 7. Article 11.

Saadatian E., Samani H., Parsani R., Pandey A. V., Li J., Tejada L., ... & Nakatsu R. (2014). Mediating intimacy in long-distance relationships using kiss messaging. *International Journal of Human-Computer Studies*. No. 72(10). P. 736—746.

Sahlstein E. (2004). Relating at a distance: Negotiating being together and being apart in long-distance relationships. *Journal of Social and Personal Relationships*. No. 21(5). P. 689—710.

Smith J. T. (2010). Always and never the same: Women's long-distance friendships during life course transitions.

Stafford L. and Merolla A. (2007). Idealization, reunions, and stability in long-distance dating relationships. *Journal of Social and Personal Relationships*. No. 24(1). P. 37—54.

Stafford L., Merolla A. J., Castle J. D. (2006). When long-distance dating partners become geographically close. *Journal of Social and Personal Relationships*. No. 23(6). P. 901—919.

Tonks A., Lyons A., Goodwin I. (2015). Researching online visual displays on social networking sites: Methodologies and meanings. *Qualitative Research in Psychology*. No. 12. P. 326—339.

Wolak J., Mitchell K., Finkelhor D. (2003). Escaping or connecting? Characteristics of youth who form close online relationships. *Journal of Adolescence*. No. 26(1). P. 105—119.

Yang C., Brown B., Braun M. (2013). From Facebook to cell calls: Layers of electronic intimacy in college students' interpersonal relationships. *New Media & Society*. No. 16(1). P. 5—23.

Zeng P. (2016). *Maintaining Social Connectedness: Hanging Out Using Facebook Messenger*. MA. Miami University.

ВПЕРВЫЕ ПО-РУССКИ

DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.17

Правильная ссылка на статью:

Мадяну М., Миллер Д. Полимедиа: новый подход к пониманию цифровых средств коммуникации в межличностном общении / пер. с англ. А.Пауковой, В. Чумаковой // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 1. С. 334—356. DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.17.

For citation:

Madianou M., Miller D. Polymedia: Towards a new theory of digital media in interpersonal communication / transl. from Eng. A. Paukova, V. Chumakova. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. 2018. № 1. P. 334—356. DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.17.



М. Мадяну, Д. Миллер ПОЛИМЕДИА: НОВЫЙ ПОДХОД К ПОНИМАНИЮ ЦИФРОВЫХ СРЕДСТВ КОММУНИКАЦИИ В МЕЖЛИЧНОСТНОМ ОБЩЕНИИ*

ПОЛИМЕДИА: НОВЫЙ ПОДХОД К ПОНИМАНИЮ ЦИФРОВЫХ СРЕДСТВ КОММУНИКАЦИИ В МЕЖЛИЧНОСТНОМ ОБЩЕНИИ

POLYMEDIA: TOWARDS A NEW THEORY OF DIGITAL MEDIA IN INTERPERSONAL COMMUNICATION

МАДИАНУ Мирка — университет Лестера, Лестер, Великобритания.
E-MAIL: mm499@le.ac.uk

Mirca MADIANOU¹
E-MAIL: mm499@le.ac.uk

МИЛЛЕР Дэниэл — Университетский Колледж Лондона, Лондон, Великобритания.

Daniel MILLER²

¹ University of Leicester, Leicester, Great Britain

² University College London, London, Great Britain

* Перевод публикуется с любезного разрешения редакции журнала *International Journal of Cultural Studies*.

Аннотация. В статье развивается новая теория полимедиа, позволяющая понять последствия использования цифровых средств коммуникации в межличностной коммуникации. Основываясь на результатах сравнительной этнографии филиппинских и карибских транснациональных семей, авторы намечают контуры теории полимедиа и показывают, что пользователи распоряжаются новыми медиа как коммуникативной средой аффордансов, а не как постоянно растущим списком разрозненных технологий. Как следствие, теория полимедиа позволяет сместить акцент с ограничений, налагаемых каждым типом медиа, на социальные, эмоциональные и моральные последствия выбора между этими различными типами. Так как выбор средств коммуникации движим определенным коммуникативным намерением, управление полимедиа-средой становится неразрывно связанным с тем, как люди переживают отношения и выстраивают их. В конечном счете полимедиа скорее позволяет пересмотреть соотношение социального и технологического, нежели констатирует отдельно взятые технологические изменения.

Ключевые слова: этнография, конвергенция, межличностные отношения, медиаэкология, новые медиа, транснациональные семьи

Благодарность. Авторы выражают благодарность ESRC за поддержку в финансировании исследования «Миграция, ИКТ и трансформация транснациональной семейной жизни» (RES-000-22-2266).

Abstract. This article develops a new theory of polymedia in order to understand the consequences of digital media in the context of interpersonal communication. Drawing on illustrative examples from a comparative ethnography of Filipino and Caribbean transnational families, the article develops the contours of a theory of polymedia. We demonstrate how users avail themselves of new media as a communicative environment of affordances rather than as a catalogue of ever proliferating but discrete technologies. As a consequence, with polymedia the primary concern shifts from the constraints imposed by each individual medium to an emphasis upon the social, emotional and moral consequences of choosing between those different media. As the choice of medium acquires communicative intent, navigating the environment of polymedia becomes inextricably linked to the ways in which interpersonal relationships are experienced and managed. Polymedia is ultimately about a new relationship between the social and the technological, rather than merely a shift in the technology itself.

Keywords: ethnography, convergence, interpersonal relationships, media ecologies, new media, transnational families

Acknowledgment. The authors would like to acknowledge the support of the ESRC in funding the study 'Migration, ICTs and the Transformation of Transnational Family Life' (RES-000-22-2266).

До недавних пор большинство людей, общающихся на расстоянии, имели в своем распоряжении ограниченный набор средств, преимущественно дорогие международные звонки или письма. Таким образом, выбор того или иного медиа был обусловлен в первую очередь ограничениями, которые накладывали условия доступа к нему и его стоимость. Активное развитие новых коммуникационных технологий и усиливающаяся конвергенция, которую мы можем наблюдать в течение последних нескольких лет, радикальным образом переопределяют общение на расстоянии. Это совпадает с растущим спросом на опосредованную медиакоммуникацию, связанным с увеличением объемов глобальной миграции и потоков человеческого капитала. Так как миграция часто предполагает разделение семьи [Parreñas, 2005], необходимость транснациональной коммуникации между мигрантами и их семьями, оставшимися в другой стране, особенно остра.

Благодаря этому последствия скачка в развитии коммуникационных технологий переживаются по всему миру, включая ту его часть, которую в литературе часто называют «Глобальным Югом» — там тоже происходит бум мобильных коммуникаций [Castells et al., 2006; The Economist, 2009]. Как только люди получают доступ к компьютеру или смартфону (при условии, что они могут позволить себе траты, связанные с покупкой и установкой приложений и оборудования), стоимость единичного акта коммуникации становится несущественной. Таким образом, сегодня практически по всему миру типичный молодой горожанин со средним или низким доходом имеет возможность выбирать между звонком по проводной телефонной связи, мобильному телефону или по IP-телефонии¹ (через такие приложения, как Skype), с подключением веб-камеры или без. Кроме этого, он может послать текстовое сообщение или письмо по электронной почте, использовать мессенджер или одно из множества приложений социальных сетей.

В этой статье мы показываем, что существенная трансформация в использовании все более конвергентных коммуникационных технологий влияет на то, каким образом осуществляется и как переживается общение между людьми. Концепт полимедиа появляется в результате необходимости описать и понять возникающую сегодня среду, изобилующую средствами коммуникации, а также ее последствия для межличностного общения. Таким образом, мы предлагаем не просто новый термин, описывающий данную среду, но и целую концепцию. Само слово «полимедиа» происходит от греческого «поли», которое означает «много», «несколько». Хотя это слово упоминалось в академическом контексте (например, [Alm, Ferrell Lowe, 2001]), его концептуальное обоснование отсутствует, и оно используется преимущественно в маркетинге.

Цель данной статьи — обрисовать контуры теории полимедиа, взяв за основу проведенные нами сравнительные этнографические исследования. В этой небольшой по объему работе этнография используется для того, чтобы проиллюстрировать теоретические положения. Более полное описание всего исследования, в котором изучалась семейная коммуникация в контексте миграции,

¹ В оригинале авторы пишут про технологию VOIP, но в данном контексте судя по всему, речь именно об IP-телефонии, тогда как технология VOIP шире, чем телефония и помимо нее применяется для передачи звука в системах IP-видеонаблюдения, в системах оповещения, при трансляции вебинаров, при просмотре фильмов в режиме онлайн и т. п. — Прим. перев.

а также характеристику этнографических контекстов можно найти в [Madianou, Miller, 2011a; 2011b; 2012; Madianou, 2012a] — о Филиппинах, в [Miller, 1994; 2011] — о Тринидаде. Мы предлагаем следующую трактовку концепта полимедиа: это среда, вырастающая из коммуникационных возможностей, функционирующая как «интегрированная структура», внутри которой специфика каждого отдельного медиа определяется через отношение к контексту всех остальных медиа.

В условиях полимедиа акцент смещается с описания свойств каждого конкретного медиа как дискретной технологии на понимание новых медиа как среды аффордансов. Таким образом, важно уже не столько то, какие ограничения накладывает та или иная технология (часто связанные со стоимостью и некоторыми другими особенностями), сколько то, как осуществляется выбор между различными медиа и каковы социальные и эмоциональные последствия этого выбора. Мы считаем, что управление полимедиа-средой становится неразрывно связанным с межличностными отношениями и с чувствами людей-участников отношений. Таким образом, концепция полимедиа позволяет ресоциализировать технологии, так как упомянутый выбор обуславливается уже не только и не столько техническими или экономическими соображениями, но в первую очередь моральными, социальными и эмоциональными факторами. Наш основной аргумент: концепт полимедиа позволяет описать новую сеть социальных связей, возникающих вокруг технологии, а не просто технологическое развитие усилившейся конвергенции.

Для того чтобы полимедиа как среда коммуникационных возможностей смогла возникнуть, необходимы три условия: физический доступ, доступность (в том числе финансовая) и медиаграмотность. После того как мы рассмотрим их, опишем и другие факторы: насколько важна ремедиация [Bolter, Grusin, 2000]; как полимедиа становится частью межличностных отношений и отражается на переживаемых людьми чувствах/эмоциях; какой вклад в принятие решения о выборе медиа вносит личная и моральная ответственность; и, наконец, какое отношение коммуникационная среда полимедиа имеет к более широким общественным изменениям. Наша концепция во многом вытекает из теоретических и эмпирических положений, сформулированных в работах исследователей, изучающих медиаэкологию [Horst et al., 2010; Ito et al., 2010; Slater, Tacchi, 2004], медиацию [Couldry, 2008; Livingstone, 2009], медиатизацию [Couldry, 2012; Hepp, 2009], а также область персональных связей и цифровых медиа [Baum, 2010; Broadbent, 2011; Gershon, 2010]. Соответствующий обзор литературы мы приведем в следующем разделе, после того как опишем эмпирические исследования и контексты, которые легли в основу нашей теории.

Наша концепция полимедиа была сформулирована в ходе трехлетнего (2007—2010) сравнительного этнографического исследования. Мы изучали роль новых коммуникационных технологий в контексте международной миграции и, в частности, способность филиппинских и карибских транснациональных семей поддерживать близкие связи на расстоянии в условиях длительного разделения. Полевое исследование проводилось одновременно в Великобритании (Лондоне и Кембридже), на Филиппинах и в республике Тринидад, где мы проводили интервью с родственниками основных участников исследования. В данной статье мы задействуем некоторые находки этого исследования в качестве иллюстраций,

а также приводим выдержки из интервью (всего проинтервьюирован 171 человек, некоторые — несколько раз).

Хотя мы приводим детальное описание этнографических контекстов в других источниках [Madianou, Miller, 2012], кратко охарактеризуем эмпирику, на основании которой мы строили свои размышления. Два сравниваемых между собой поля существенно различаются. Что касается Филиппин, то более 10 % населения страны живет за рубежом [POEA, 2009], исходящая миграция — поддерживаемая на государственном уровне политика, на которой держится экономика страны [Asis, 2008]: Филиппины входят в тройку стран, лидирующих по количеству поступающих извне денежных переводов [Jha et al., 2009]. В 2009 г. валовой национальный доход на душу населения составил 1790 долл. [World Bank 2011].

Для сравнения, экономика Республики Тринидад строится на добыче нефти и газа, что составляет 40 % от ВВП, а валовой национальный доход на душу населения в 2009 г. составил 16700 долл. [World Bank 2011]. Более раннее исследование Миллера [Miller, 1994] показало, что большинство семей Тринидада транснациональны на нуклеарном уровне, то есть либо родители, либо дети, либо братья и сестры проживают за рубежом, причем зачастую это высококвалифицированная рабочая сила. Сегодняшняя миграция в Тринидаде обусловлена историческими связями с Северной Америкой и Великобританией, в то время как на Филиппинах — целым набором факторов (см., например [Parreñas, 2001]). Сравнение этих двух контекстов, различающихся экономически, социально, политически и медийно, позволило нам сформулировать более обоснованные утверждения касательно распространенности полимедиа (или ее отсутствия).

Полимедиа: теоретические основания и предпосылки

Прежде чем обратиться к доказательствам, которые мы получили в ходе нашего исследования, важно отметить, что есть и другие подходы, по-своему пытающиеся осмыслить актуальные изменения медиасреды. Тем не менее сам термин «полимедиа» в том значении, в котором его употребляем мы, ранее никогда не использовался.

Мы считаем, что термин «полимедиа» отражает суть явления, о котором мы говорим, точнее, чем другие близкие понятия. Например, слово «мультимедиа» уже давно используется в качестве термина, обозначающего тип медиа, которое сочетает в себе различные виды контента, например, текст, аудио и видео, поэтому его использование затруднило бы понимание сущности полимедиа как особой коммуникативной среды. С другой стороны, такие понятия, как «мультиканальный» или «мультиплатформенный», основываются на идее иерархии внутри медиа, а это означает, что мы должны в точности понимать сущность той или иной платформы, канала или приложения. Вследствие эффектов конвергенции [Jenkins, 2006] такие иерархии теряют смысл, так как различные платформы и приложения постоянно взаимодействуют с другими медиа, в результате чего появляются новые гибридные технологии: Skype теперь можно использовать и на смартфоне, а персональные мессенджеры становятся частью функционирования социальных сетей (например, Facebook). Неудивительно, что наши информанты чаще предпочитали использовать слово «медиа», нежели выбирать между словами «приложение»,

«платформа» и «технология» (это было для них довольно непросто). Один из терминов, позволяющих мыслить конвергентные технологии как единую сложную среду, — «медиаразнообразие» (media manifold). Его использовал Ник Коулдри [Couldry, 2011: 220], чтобы отразить суть «сложной сети платформ». Об этом пытаемся говорить и мы, вводя представление о полимедиа.

Наиболее близок к значению полимедиа термин «медиаэкология», стоит подробнее остановиться на различиях и сходствах между ними. Хотя в ранних работах по медиаэкологии подчеркивалось, что медиа- и технологические среды формируют социальную реальность [McLuhan, 1964; Postman, 1970], более поздние исследования [Ito et al., 2010; Slater, Tacchi, 2004] отходят от позиций технологического детерминизма, осмысливая существование коммуникационных систем и их использование более объемно, что позволяет ухватить их связь с иными социальными системами, такими как транспорт, здоровье и государство (см. подробнее у [Slater, Tacchi, 2004]). М. Ито и коллеги использовали термин «медиаэкология», чтобы «обозначить свойства всеобъемлющей технической, социальной, культурной, функционирующей на определенной территории системы, составляющие которой не могут быть отделены друг от друга» [Ito et al., 2010: 31]. Говоря о медиаэкологии, Ито и коллеги отдельно выделяют так называемые «жанры участия», которые предлагаются в качестве альтернатив «существующим таксономиям медиавовлечения, в основание которых обычно закладываются тип платформы и частота использования или структурные характеристики, такие как пол, возраст, социально-экономический статус» [Ito et al., 2010: 26]. Уход от сосредоточенности на отдельных медиаплатформах к осмыслению сложных кросс-платформенных паттернов вовлечения лежит и в основе концепции полимедиа как сложной среды.

Вместе с тем эти авторы уделяли больше внимания пространственным аспектам медиаэкологии, и в этом отличие от нашей концепции полимедиа, развиваемой в контексте транснациональной и детерриториализованной коммуникации. Однако главное отличие состоит в том, что полимедиа предполагает рассмотрение коммуникационной среды как сложной структуры аффордансов [Hutchby, 2001]. Полимедиа — это не просто среда; это то, каким образом пользователи используют возможности различных коммуникационных средств, чтобы управлять своими эмоциями и отношениями. В этой статье мы утверждаем, что этот выбор сам по себе может быть понят как сообщение. Для нас особенно важно, какие последствия — социальные, эмоциональные, моральные — имеют способы существования пользователей в среде полимедиа, какие перспективы они открывают для понимания связей между технологиями и обществом в целом. Таким образом, хотя исследования медиаэкологии, «медиаразнообразия» [Couldry, 2011] и концепция полимедиа отталкиваются от того, что медиатеchnологии — это прежде всего среда практик, мы настаиваем, что концепция полимедиа позволяет глубже осмыслить их социальный аспект, так как помогает увидеть дополнительные значения, функции и последствия.

В недавней работе Н. Байм [Baum, 2010] формулируется схожее по замыслу понимание межличностных связей в цифровых медиа. Стараясь уйти от рассмотрения различий между индивидуальными технологиями, она вводит представление

о ключевых параметрах различий, о свойствах, которые могут быть общими или, наоборот, стать основанием для различия новых медиа между собой. Вот они: типы интерактивности, темпоральная структура, социальные сигналы, хранилище, воспроизводимость, охват и мобильность. Байм использует эти концепты, чтобы описать различные аспекты человеческой коммуникации, включая степень, с которой то или иное медиа понимается как более или менее аутентичное в сравнении с общением лицом к лицу, чувство общности, идентичность, гендер, достоверность и «Я», то, каким образом эти факторы сочетаются в очень личных и обезличенных контекстах общения, установления и поддержания взаимоотношений.

Похожая тенденция наблюдается в исследованиях конвергенции, которые изначально строились вокруг нового дизайна продуктов и отвечали запросам коммуникационной индустрии. Было признано, что медиа с различным функционалом стали пересекаться и делить между собой платформы. Особенного внимания заслуживают исследования коммуникации внутри семей [Little et al., 2009]. К примеру, С. Бродбент и ее коллеги [Broadbent, 2011; Broadbent, Bauwens, 2008] провели многолетнее этнографическое исследование того, как семьи в Швеции используют медиа. Они проанализировали, какие типы медиа в большей степени связаны с ведением домашнего хозяйства (например, телефонная линия), а какие чаще использовались для поддержания сильных или слабых связей, для рабочей или досуговой коммуникации. Как и Байм [Baum, 2010], Бродбент выявила несколько ключевых факторов, влияющих на выбор тех или иных медиа, например, приватность, свобода действий, потребность в немедленной обратной связи, доступность партнера по коммуникации, частота разговоров, степень близости и формальности знакомства, доступное время, качество обмена [Broadbent, 2011]. Бродбент сфокусировала внимание на вопросе, какие медиа больше или меньше требуют внимания от новых нормативных моделей, возникающих вокруг таких параметров, как гендер; и на недопонимании, к которому они могут привести.

Проблема недопонимания является центральной и в исследованиях И. Гершон [Gershon, 2010]. Она изучает, каким образом люди используют медиа при расставании с партнером. Основная тема: как люди принимают на себя ответственность за выбор того или иного способа коммуникации и какими этическими и моральными смыслами подобный выбор наделяется сегодня. Как сообщают ее информанты, негативная реакция на неадекватный, по мнению оставленного партнера, выбор медиа может быть такой же сильной, как и реакция на сам факт того, что его оставили. Гершон [Gershon, 2010] разрабатывает свою собственную терминологию вокруг «идиом практики», основанных на «медиаэкологии». Акцент на моральных последствиях выбора медиа (то, что Гершон [Gershon, 2010] называет «переключением») есть одно из измерений полимедиа, которые мы рассматриваем в настоящей статье.

Говоря более широко, предпосылки для формирования нашей концепции полимедиа лежат в поле недавних исследований в области теории медиации [Couldry, 2008; Livingstone, 2009; Madianou, 2005; Silverstone, 2005] и медиатизации [Couldry, 2012; Hepp, 2009], двух подходов, которые в последнее время сливаются в один [Couldry, 2012: ch. 6]. Это то, что Р. Сильверстоун [Silverstone, 2005] описывает как сущностно «диалектический процесс»: концепции медиации

пытаются описывать то, как средства коммуникации трансформируют процессы в обществе, при этом сами будучи опосредованы ими. Рассуждая о традиционном типе медиа «one-to-many», М. Мадриану утверждает, что медиация, благодаря структурным изменениям, которые она привносит в процесс коммуникации, обладает потенциалом усилить негативные эмоции в ситуациях разоблачения или скандала [Madianou, 2012b]. Тот факт, что разоблачение осуществляется при помощи медиа, принципиально меняет его природу (иной масштаб, аффективный резонанс и последствия), и это именно то, что понимается под медиатизированным освещением и медиатизированными эмоциями, которые, в свою очередь, определяют то, как переживается социальный опыт, опосредованный медиа. В перспективе исследований новых коммуникационных технологий и межличностных отношений концепции медиации или медиатизации также основываются на таких подходах, как социальное обусловливание технологий [MacKenzie, Wajcman, 1999; Wajcman, 2002] и приручение технологий [Berker et al., 2006], и позволяют понять диалектическое напряжение между техническим и аффективным. Это наглядно проявляется, например, в том, что выбор того или иного медиа, «подходящего» (навычки. — Перев.) для определенного события в отношениях, зависит и от того факта, что сами по себе отношения также отчасти создаются благодаря медиа. Аналогичные аргументы приводятся в рамках концепции «жизни внутри медиа» [Deuze et al., 2012], в которой описывается, каким образом общественная жизнь протекает внутри (а не при помощи) различных медиапрактик и опосредованных взаимодействий. Мы вновь затронем вопросы медиации и медиатизации, когда будем говорить о последнем измерении полимедиа, а именно о том, какой вклад сегодняшняя сложная медиасреда вносит в широкие социальные преобразования.

Контурсы полимедиа

Отправная точка: медиа как комплексная структура

Первое наблюдение, вытекающее из наших данных, состоит в том, что пользователи осмысливают каждое медиа в связи с комплексной структурой, включающей в себя другие медиа. Это становится еще заметнее, если сравнить полимедиа-среду с ситуациями из прошлого, когда у людей, которые хотели общаться на расстоянии, был доступ к крайне ограниченному количеству медиа, например, к письмам и аудиокассетам с записью голоса, которые посылались по почте [Madianou, Miller, 2011a]. Хотя мы видим, что даже в этих прецедентах возможно разглядеть ранние свидетельства того, что пользователи используют медиа как структуру возможностей (например, выбирая написать письмо, а не послать аудиокассету [Madianou, Miller, 2011a]), очевидно, что ограниченный выбор сказывался на процессе общения. Перерывы в коммуникации, связанные с длительностью процесса доставки сообщения, порождали неудовлетворенность. Таким образом, хотя наши информанты с Филиппин и из Республики Тринидад с теплом вспоминают времена, когда писали письма, есть и свидетельства того, что этот способ коммуникации изменял межличностные отношения, которые от него тем или иным образом зависели. Например, филиппинские информанты сообщали, что письма зачастую скрывали имеющиеся проблемы и подавляли конфликты, что приводило к неискренности и обману.

Даже на раннем этапе развития интернет-коммуникации, когда электронная почта была преобладающим способом общения, мы обнаруживаем, что коммуникация обуславливалась определенными характеристиками медиа: например, электронное письмо имеет низкий уровень контекстуальности, что может вести к различным недопониманиям. Теперь, в контексте полимедиа-среды, электронная почта используется либо одновременно с другими медиа (мессенджеры, социальные сети, видеоизображение, текстовые сообщения), либо как их альтернатива. Пользователи переключаются между различными медиа, чтобы достичь своих целей: то, что невозможно сделать посредством электронной почты, можно сделать при помощи мессенджера, веб-камеры или телефонного звонка. В этом главное отличие нашей концепции от тех подходов, в которых акцент сделан на роли конкретных медиа и возможностях, которые они предоставляют [Hutchby, 2001]. Наш подход в большей степени опирается на версию структурализма, предложенную К. Леви-Строссом [Lévi-Strauss 1963]. Его точка зрения состоит в том, что тот или иной элемент определяется не только через его собственную сущность, но и через его связи с другими элементами. Таким образом, наш первый шаг в концептуализации полимедиа — это понимание медиа через то, как они друг с другом соотносятся, а не через них самих. Мы считаем, что это новый феномен, несмотря на более ранние прецеденты [Madianou, Miller, 2012], так как только благодаря возникшему недавно многообразию платформ пользователи получили возможность по-настоящему использовать различные возможности коммуникации, не будучи ограниченными функционалом отдельных медиа.

Предварительные условия: доступ, стоимость, грамотность

Мы полностью осознаем, что полимедиа является скорее желаемым, нежели актуальным состоянием для большей части мира. В своем полевом исследовании мы соприкоснулись с высоким уровнем бедности на Филиппинах, где одной из главных причин популярности смс-коммуникации остается ее сравнительная дешевизна. Наша точка зрения состоит скорее в том, что среда полимедиа уже достаточно распространена, и с учетом того, что в дальнейшем она будет приобретать повсеместный характер, сейчас самое время поразмыслить о будущих последствиях. Полимедиа — реальность сегодняшнего дня для многих наших информантов из Великобритании и Тринидада, особенно для более молодых и образованных участников, у которых есть домашний широкополосный интернет и для которых смартфон «Блэкберри» является практически обязательным аксессуаром. Даже на Филиппинах полимедиа становится условием жизни для молодых представителей среднего класса, которые живут в городах.

Реальность, сопутствующая полимедиа, описана И. Гершон [Gershon 2010]. В США студенты колледжей платят один раз, покупая компьютер, а затем, по постоплатной системе — за услуги связи. В этом случае каждый отдельно взятый акт коммуникации оказывается практически полностью отделен от его стоимости. В Тринидаде (и в гораздо меньшей степени на Филиппинах, где связь и даже широкополосный мобильный интернет реализуются преимущественно по предоплате) мы выяснили, что, вероятно, скачок в распространении полимедиа-среды связан с вопросом конечной стоимости коммуникации. Даже когда стоимость телефонных звонков снизилась, люди принимали ее в расчет. Но когда тринидадцы, предста-

вители среднего класса, начали приобретать тарифы с безлимитным доступом в интернет для компьютера или смартфона, стоимость каждого акта коммуникации стала менее значимой (так как она уже включена в стоимость тарифа).

Растущая популярность смартфонов также вносит свой вклад в становление полимедиа-среды. Это наиболее ярко проявилось в Тринидаде, где медиа, ранее доступные только посредством компьютера, теперь буквально умещаются в карманах (см. [Miller, 2011]). Для пользователей смартфонов выбор медиа больше не ограничен вопросом физического доступа, хотя по мере того как развиваются технологии, людям приходится обновлять и улучшать как физические характеристики устройств, так и свои собственные знания по их использованию [Livingstone, 2004]. Помимо физического доступа и стоимости, еще одна предпосылка возникновения полимедиа — это медиаграмотность [Livingstone, 2004]. С точки зрения навыков, медиаграмотность состоит из четырех параллельных процессов: доступ, анализ, оценка и производство контента [Livingstone, 2004]. Пользователям приходится не только анализировать и оценивать медиаконтент, но и производить свой. В дискуссиях вокруг цифрового разрыва второго порядка [Hargittai, 2002; 2007] отмечается, что хотя доступ к технологии — необходимое условие, он сам по себе не обеспечивает достаточного уровня развития медиаграмотности у отдельно взятого пользователя. Более того, новые онлайн-среды могут усиливать неравенство [Hargittai, 2007]. Наше исследование подтверждает как продолжающуюся асимметрию в доступе к коммуникационным технологиям в транснациональном аспекте, так и аргументы, относящиеся к цифровому разрыву второго порядка [Hargittai, 2002]. Например, и в Тринидаде, и на Филиппинах, информанты старшего возраста были менее склонны производить свой медиаконтент (блоги и т. д.) и в большей степени полагались на знакомые технологии, такие как телефонные звонки.

На Филиппинах цифровые разрывы как первого, так и второго порядка часто наблюдались внутри одной и той же транснациональной семьи. Международные звонки там все еще крайне дороги даже при использовании prepaid звонков по специальным карточкам [Madianou, Miller, 2011b]. Таким образом, телефонные звонки — не вариант для родственников, оставшихся на родине. С другой стороны, у мигрантов зачастую отсутствуют навыки, которые позволяли бы им в полной мере использовать функционал интернет-платформ (разрыв второго порядка). Дети, оставшиеся в своей стране, обладающие более высоким уровнем медиаграмотности, сталкиваются с тем, что их менее грамотные родители не могут пользоваться интернет-технологиями, хотя им доступны более дорогие средства коммуникации. Многие из наших информантов развили свои цифровые навыки в первую очередь для того, чтобы оставаться в контакте в условиях разделения, как, например, женщины-мигрантки, впервые начавшие использовать онлайн-среду, чтобы увидеть при помощи веб-камеры своих детей и внуков.

Как мы уже отмечали, полимедиа — это не просто ситуация избыточности новых медиа и возможностей, которые они предоставляют. Полимедиа формируют ситуацию, в которой принятие решения об использовании того или иного медиа больше не зависит от физического доступа, стоимости или уровня медиаграмотности участников коммуникации. Последующее обсуждение измерений полимедиа должно учитывать эти предварительные условия. Среда полимедиа развивается

во всем мире, и поэтому, хотя мы и признаем существующие на данный момент ограничения, придавать им слишком большое значение означает игнорировать возможность понять фундаментальную трансформацию, совершающуюся в сфере межличностной коммуникации, опосредованной медиа.

Измерения полимедиа: ремедиация

Полимедиа возникает постепенно, и этот процесс проходит через период ремедиации [Bolter, Grusin, 2000]. Теория Дж. Болтера и Р. Грусина хорошо подходит для описания первоначального этапа развития нового средства коммуникации. Ремедиация важна, поскольку стержневые технологии часто эволюционируют постепенно. Если мы возьмем пример голосовой коммуникации в историях жизни транснациональных семей на Филиппинах, увидим, как проходила эволюция: телефон в сельском магазине — соседский телефон — стационарный телефон в своем доме — дорогой мобильный телефон — текстовые сообщения — звонки по IP-телефонии (сейчас) — смартфон (потенциально). Это движение соответствует движению от телефона как инструмента с единственной целью (торжественное приглашение на Рождество) к современности, когда мать может всю ночь переписываться с дочерью-подростком, «преследуя» ее, пока та не вернется домой в целости и сохранности.

Ремедиация — это еще и теория относительности, но применяемая диахронически (вертикально) через время, а не в настоящем (горизонтально). Найша была одной из многих респондентов в Тринидаде, которые отметили, что первые имейлы воспринимались просто как письма, создаваемые при помощи компьютера и отчасти позволяющие решить проблему недостатка интерактивности, которая была у обычных писем из-за большого временного запаздывания ответов. Поэтому первые имейлы они с сестрой обычно писали друг другу на 3—4 страницы, вдохновленные тем, что можно получать более быстрый ответ. Только со временем имейлы трансформировались в более короткие спонтанные сообщения, в которых к тому же стала портиться орфография и теряться та забота о тексте, которая была в обычных письмах, так что современные имейлы имеют мало общего со своими предшественниками. Несмотря на то что технология остается одной и той же, процесс ремедиации контролирует трансформацию коммуникационных жанров в использовании этой технологии.

Отношение Найши к телефону однозначно проходит по разряду ремедиации. Изначально она видит в нем не средство личного, спонтанного и неформального общения, а нечто противоположное, отчасти потому что телефон сперва появился как очень дорогое средство коммуникации. Она говорит о довольно скованных телефонных разговорах только между членами семьи, в основном на Рождество и другие праздники. Предшественниками такого рода разговоров были традиционные сообщения, которые люди, живущие за границей, посылали своим семьям по радио. В итоге долгое время Найша чувствовала себя неловко с телефоном, который не могла воспринимать ни как средство для личного общения, ни как средство коммуникации, которому можно доверять.

В результате такого временного разрыва, связанного с ремедиацией, люди продолжают ассоциировать определенные медиа с теми ограничениями, которые

технологии накладывают на них, даже тогда, когда эти ограничения уже в прошлом. Для Найши использование Facebook изначально было определено использованием программы ICQ, популярной несколько лет в Тринидаде [Miller, Slater, 2000]. Так как ICQ давала возможность контактировать со случайными людьми через мгновенный обмен сообщениями, она подготовила пользователей к идее, что коммуницировать можно с кем угодно и откуда угодно. Найше потребовалось некоторое время, чтобы понять, что Facebook во многом полная противоположность ICQ, так как открытость в ICQ была связана с анонимностью — можно было контактировать с людьми, которых вы не знаете лично и даже не планируете узнать. Facebook же, наоборот, во многих отношениях уничтожил анонимность и стал пространством, где пользователь получает запросы только от тех людей, которых, предположительно, уже каким-то образом знает.

В большинстве случаев ремедиация постепенно уходит и становится частью среды полимедиа, открывающей фактически беспрецедентные возможности новых медиа. Многие из участников нашего исследования филиппинского происхождения, проживающих в Великобритании, уже стали бабушками и дедушками, так как их дети выросли и сами завели детей. Развитие веб-камер создает новый мир и новые отношения между маленькими детьми и бабушками и дедушками.

Хотя маленькие дети еще не понимают отношения, реализованные только с помощью голоса в телефоне, они очень быстро учатся отвечать кому-то через веб-камеру. Мы обнаружили случаи, когда бабушки и дедушки могли эффективно сидеть с ребенком часами и играть с ним, получая огромное взаимное удовлетворение [Madianou, Miller, 2012]. Пожилые люди, у которых нет внуков, воспринимают веб-камеру как благо, даже если раньше они побаивались техники или никогда не учились печатать на компьютере. Установка веб-камеры сопряжена для них с минимальными технологическими сложностями и становится средством поддержки контакта с семьей. Как говорит тринидадец:

«Да, моя мама пользуется Skype, мама прикована к инвалидному креслу уже несколько лет, особенно смерть отца ее подкосила, хотя она и до этого уже... Мой старший брат очень хорошо соображает в компьютерах, он решил помочь маме оставаться на связи с семьей за границей самым простым способом, так, чтобы она могла звонить, не выходя из дома, и поэтому купил ей компьютер, научил им пользоваться, дал ей веб-камеру, микрофон и все остальное, и она теперь часто разговаривает с семьей в Канаде».

Таким образом, эта третья стадия свидетельствует, что истории, случающиеся с людьми, влияют на использование медиа.

Измерения полимедиа: аффордансы и эмоциональный менеджмент

В этом разделе мы рассмотрим, как вертикальные отношения ремедиации вытесняются горизонтальными отношениями в цифровых медиа. В книге «Миграции и новые медиа» [Madianou, Miller, 2012] мы привели множество примеров того, как различия между медиа задействуются в различных аспектах межличностных отношений. Здесь, для краткости, мы приведем лишь один пример полимедиа — как она становится элементом контроля и выражения эмоций и осуществления межличностных отношений в целом.

Существование медиа само по себе может использоваться для реализации аффективных намерений. Рэй, 30-летний тринидадец, находится в постоянном контакте по Skype со своей подругой в Тринидаде, однако вместе с тем он до сих пор каждое утро шлет ей текстовое сообщение:

«[Я говорю такие вещи как] надеюсь, у тебя хорошо проходит день, береги себя, обязательно делай перерывы, кушай хорошо, пей воду — потому что она не любит пить воду — просто будь осторожна. Я скучаю по тебе и люблю тебя, пусть все будет хорошо, я думаю о тебе все время».

Аналогичным образом пользователь, который оказывается в ситуации публичной ссоры в Facebook, может переключиться на использование частных сообщений или опции мгновенных сообщений чата. Сандра, филиппинка, мать двоих взрослых детей, любит общаться с ними по Skype: так она может их увидеть и убедиться, что все в порядке. Тем не менее есть случаи, когда она предпочитает не пользоваться Skype, например, когда она грустит, расстраивается и не хочет, чтобы дети думали, что у нее какие-то проблемы. В таких случаях она считает, что имейл дает ей больше безопасности и контроля над коммуникацией.

В отношениях между филиппинской матерью и ребенком полимедиа-среда особенно важна, потому что средство коммуникации в настоящем случае образует эти отношения. Для некоторых людей ключевая привлекательность электронного письма заключается в том, что оно не предполагает голосовую коммуникацию, и они используют его в сложных ситуациях. Ребенок, стесняющийся попросить денег у своего родителя, может это написать. Некоторые пишут сообщения, чтобы не произносить плохие новости, некоторые — когда ссорятся, чтобы не сорваться на крик. Текстовая коммуникация позволяет избежать реплик, которые могли бы прозвучать неприятно или вызвать сильные отрицательные эмоции. 23-летняя жительница Тринидада Патрика отмечает:

«Если надо с чем-то разобраться или если ты расстроен, телефон гораздо лучше. То есть я хочу сказать, что если ты на эмоциях, то имейл бесполезен... А по телефону можно выговориться, поплакать, все что угодно. На последнем курсе я рассталась с парнем. Мы были вместе все три года, что я жила в Англии. И тогда я постоянно звонила маме, мы с ней просто плакали вместе по телефону».

Таким образом, хотя времена бумажных писем и пленочных кассет остались далеко позади, различие между голосом и текстом продолжает быть одним из главных параметров для выбора способа коммуникации. Филиппинскому родителю важно слышать голос ребенка, чтобы понять, что он чувствует. Однако когда все плохо, телефон может восприниматься как вмешательство, надзор, как нежелательное вторжение в жизнь человека, вероятно, потому что это средство коммуникации сосредоточено на слушании и говорении.

Концепция полимедиа описывает различия как между разными медиа, так и внутри одного и того же средства коммуникации. Например, люди по-разному используют социальные сети. Молодая тринидадка, живущая в Британии, использовала MySpace для всех своих друзей, а Facebook — исключительно для друзей и родственников из Тринидада. Некоторые из наших информантов-мужчин гомосексуальной ориентации на Филиппинах использовали разные социальные сети

или создавали разные профили внутри одной из них, для того чтобы разделить процесс общения с родственниками и с друзьями-гомосексуалистами.

Как можно предположить, люди по-разному интерпретируют способность того или иного средства коммуникации передавать эмоциональное содержание сообщения. Большинство людей ощущают, что общение через веб-камеру более откровенно в сравнении с общением по телефону. Однако Джейсон, тринидадец, обсуждая свое общение с матерью в Канаде, отмечает, что по телефону:

«...Мы очень близки; может показаться странным, но она по голосу может узнать точно, что со мной не так. Если я простудился, если у меня был трудный день, если я в кого-то влюбился, она все это может сказать. И так же — если с ней что-то не так... В интернет-беседе такое не проходит, в Skype все разговоры обычно о чем-то хорошем. Когда человеку плохо, грустно, он не будет в Skype показывать лицо, поэтому я считаю, что телефонный разговор более реалистичен, это то же самое, что разговаривать в реальной жизни. Ты не можешь видеть выражение лица, но можешь его почувствовать».

Концепция полимедиа не означает, что те или иные типы медиа становятся более или менее подходящими для тех или иных видов отношений. В большинстве отношений создается определенная конфигурация медиа, которая лучше всего отвечает конкретным коммуникативным потребностям. Это хорошо иллюстрирует пример пары тринидадцев, Бёртона и Фэй. Сперва Бёртон отмечает:

«У нас было много проблем с имейлами, потому что она обычно пишет письмо на 1000 или 2000 слов, и мне сложно его осилить и сделать то же самое — ответить на все, что она сказала, не зная, что это значит и к чему относится; вот написала она мне имейл за день — и потом я всю неделю пытаюсь понять, что же она имела в виду».

За этим скрывалось их основное несовпадение в том, что Фэй любит текст, а он — голос.

«Это у нее в генах, в крови: быть более чувствительной, более подверженной влиянию. Она любит читать... любит читать больше, чем смотреть фильм. Я предпочту посмотреть фильм, а затем прочитать книгу. Вот так вот, я не знаю, у многих, наверное, так же, но она всегда мне говорит, что слова на нее сильнее воздействуют... сильнее, чем взгляд или что-нибудь еще».

Бёртон, напротив, находит голос более естественным и более простым для интерпретации, тогда как разбираться в имейле из 50 или 60 пунктов — настоящее мучение. В результате эта пара придумала свой способ общения для транснациональных отношений, суть которого в том, чтобы посылать друг другу каждый день небольшие голосовые файлы на 2—7 минут, что-то вроде имейла, основанного на голосе. В ситуации, когда Фрей не любит телефонные звонки, а Бёртона вводят в замешательство имейлы, это оказалось для них подходящим.

Редко кто ограничивает себя одним средством коммуникации, большинство оперируют репертуаром альтернативных медиа, которые могут быть связаны с разными людьми, разными типами сообщений, а также с вопросами сдерживания и выражения эмоций. Для каждого человека полимедиа представляет собой его персональный репертуар средств коммуникации и эмоциональных регистров.

Это позволяет прояснить, что мы понимаем под ресоциализацией медиа. Впервые, вопросы доступа, цены и грамотности ушли с первого плана на второй. Это достижение связано с расцветом и распространением новых медиа, позволяющих

людям воспринимать медиа как интегрированную среду аффордансов и предрасположенностей, таких как темпоральность или объем хранилища, которые обсуждаются Бэймом [Baym 2010] и Бродбент [Broadbent 2011]. Но, в свою очередь, каждый из них связан с аспектами социальных отношений так, что их аффорданс [Hutchby, 2001] — не абстрактный атрибут медиа, но качество, эксплуатируемое внутри возникающих социальных отношений. И в Тринидаде, и на Филиппинах в ходе наших разговоров с информантами мы слышали множество комментариев вроде: «Может быть, если грустно, то телефон лучше всего, а если вы злы, тогда телефон не самый хороший вариант, зависит от ситуации». Некоторым детям на Филиппинах было сложно сказать «Я тебя люблю» маме в лицо, но они могли выразить это по телефону или сообщением, тогда как для других неопределенность коммуникативной позиции при общении через веб-камеру, своеобразное сочетание присутствия и отсутствия, позволили именно этому средству коммуникации стать средством выражения любви, когда все остальные для этого не подходили.

Люди организуют свои социальные отношения, все больше используя различия внутри составной структуры полимедиа. Хотя эти различия можно объяснить разницей в технологиях, на практике люди могут по-своему интерпретировать свои предпочтения. Эта мысль становится еще важнее, когда мы переходим от более широкого вопроса о социализации медиа к более узкому вопросу о моральной ответственности.

Полимедиа и усиливающаяся моральная ответственность

Идея о том, что за выбор средства общения человек несет моральную ответственность, ярче всего представлена в исследовании Гершон [Gershon 2010] о разрыве отношений, проведенном среди студентов колледжа в США. Как становится ясно из ее книги, о человеке, который разрывает отношения, будут судить и на основании того, какое медиа он выбрал для расставания. Это явно подразумевает, что, во-первых, есть медиа, которые считаются более подходящими для разрыва отношений, чем другие, и если мы находимся в ситуации полимедиа, то у индивида уже нет оправданий за тот выбор, который он сделал, поэтому он становится ответственным за решение. Но наши выводы отличаются от выводов Гершон: она объясняет недопонимание, возникающее между ее информантами, как следствие различных «идеологий медиа» и недостатка стандартизации в использовании медиа [Gershon 2010], в то время как мы наблюдаем развитие значительной нормативности в отношении приемлемого медиатизированного поведения в целом.

Тот факт, что мы приходим к разным выводам, может иметь культурное объяснение. В наших сравнительных исследованиях присутствует нечто вроде культурной градации. Неудивительно, что США в силу идеологии индивидуализма менее подвержены нормативности, тогда как Филиппины переустанавливают нормативные ожидания гораздо быстрее, а Тринидад располагается где-то посередине. В наших исследованиях мы обнаружили, что, например, передача текстовых сообщений в тринидадской диаспоре сильно отличалась по жанрам от того, как это было на Филиппинах (см. [Pertierra, 2010; Pertierra et al., 2002]), но зато диаспора уже выработала ясные и узнаваемые нормы. Одна из них — прагматичный жанр последовательных инструкций, например, как работать с денежными переводами

или инвестировать в собственность, как старшим братьям и сестрам общаться с младшими. Этот жанр может использоваться в качестве сигнала для других типов коммуникации (например, сигнал, что денежный перевод пришел), или в качестве средства организации коммуникации в целом. Два других жанра включали в себя распространение религиозных проповедей и шуток. Формирование таких заданных жанров сдвигает оптику полимедиа с индивидуального выбора на культурное конструирование признаваемых норм использования. Однако это не исключает индивидуальной моральной ответственности за надлежащее следование этим нормам.

То же самое относится и к социальным сетям. Как недавно заметил Д. Маккэй [McKay 2010] в исследовании, посвященном использованию Friendster² и Facebook на Филиппинах, оно (использование) в основе своей имеет мало общего с суждениями о сетевом индивидуализме (см. [Boase, Wellman, 2006]), который понимает сети как связи между индивидами. Филиппинец, использующий Facebook, делает это не как индивид, а как часть расширенной семьи, которую ее члены обязаны представлять более широкому сообществу. Аналогичным образом было показано, что CyWorld³ в Корее отражает систему родства [Hjorth, 2009]: существуют нормативные предписания в отношении того, как люди должны вести себя онлайн, что сильно отличается от западного индивидуализма. На практике использование медиа очень быстро начинает включать в себя достаточно консервативные представления о гендере, классе и других социальных категориях. Филиппинцы могут выстраивать рассуждения о том, что мужчины и женщины обмениваются текстовыми сообщениями по-разному. Как сообщил один из информантов-филиппинцев:

«Женщина чаще будет писать с сокращениями, смайликами, то, что называют «текст-речь»... Мужчины обычно не сокращают, а печатают предложение целиком. Также женщины чаще используют слова, демонстрирующие привязанность».

То, что в своем исследовании мы сравнивали разные страны, дало нам возможность не только изучить установление норм относительно использования Facebook в Тринидаде, но и выяснить, что на Филиппинах в этом смысле совсем другая ситуация. Основные вопросы использования медиа на Филиппинах связаны с избеганием публичного неудобства, смущения и с доминирующей настороженностью. Для сравнения, Д. Миллер [Miller, 2011] в одной из глав недавно вышедшей книги описал характерные для Тринидада черты в использовании Facebook. Слово, которое часто там встречается, — «вакханальный» (bacchanal); оно является, пожалуй, наиболее типичным и для описания тринидадской культуры в целом. Оно характеризует устойчивое бытование скандала или сплетен. Это стало настолько важной частью использования Facebook в Тринидаде, что локальные обозначения Facebook — *Fasbook* и *Masobook* — одновременно и слова, которые обозначают сплетни и скандалы, вытекающие из скрытой бестактности и вуайеризма этой социальной сети. Тринададцы открыто признают свою любовь к скандалам как к своего рода разоблачению скрываемой правды. Так что хоть и филиппинцы, и тринидадцы демонстрируют более быстрый поворот к нормативности, чем выявила Гершон [Gershon 2010], природа этой нормативности очень разная.

² Friendster — одна из первых социальных сетей в мире, закрыта в 2015 г. — Прим. ред.

³ CyWorld — популярная социальная сеть в Южной Корее. — Прим. ред.

Сопоставление свидетельств из Тринидада с Филиппинами и затем сравнение их с западным контекстом, в котором проводилось гораздо больше исследований новых медиа и межличностных отношений (среди прочего см. [Boyd, 2010; Boyd, Ellison, 2007; Livingstone, 2008; Papacharissi, 2009; Whitty, Carr, 2006]), помогает прояснить те аспекты концепции полимедиа, которые, как кажется, поддаются более широкому обобщению, и те, которые остаются более узкими и специфическими. Так что, соглашаясь с Гершон [Gershon 2010] в том, что в условиях полимедиа становится видимым тренд моральной ответственности индивида за свой выбор медиа, мы отмечаем, что это будет справедливо всегда, когда существуют ясные нормативные культурные жанры, в рамках которых поведение индивида может быть оценено, в отличие от ситуации, в которой примат индивидуализма приводит к тому, что люди не понимают последствий выбора конкретного средства коммуникации.

Полимедиа и медиация

По мере того как мы рассматриваем каждое измерение теории и ее внутренние механизмы, мы приближаемся к пониманию более широкого контекста среды полимедиа, который включает в себя названные социальные и моральные последствия. В этом финальном разделе мы вернемся к медиации и медиатизации, для того чтобы обозначить, как концепция полимедиа может быть полезна для понимания социальных трансформаций. Это особенно прослеживается в работе Ж. Цу [Qiu 2009] об использовании ИКТ, в которой он пишет о людях, не имеющих доступа к информации или имеющих ограниченный доступ («информации-нет» и «информации-есть-меньше») в Китае. Задолго до того, как такие малоимущие группы оказываются в условиях полимедиа, они испытывают на себе последствия новых медиа, которые не были запланированы при разработке технологий [Qiu, 2009: 246]. Цу утверждает, что эти изменения стали инструментами для формирования рабочего класса в современном Китае. Он рассматривает новые пространства — например, урбанизированные села, где появляются новые медиа, такие как интернет-кафе или бары для междугородних телефонных звонков (longdistance phone bars), — как среду для становления этого нового класса [Qiu, 2009: 174—175].

Лучший пример возникновения этой широкой исторической конъюнктуры из нашей собственной работы — то, как мы первый раз пришли к пониманию полимедиа, не абстрактно, а в рамках исследования отношений среди членов транснациональных семей на Филиппинах и Тринидаде. Суть была в том, что мы интересовались не влиянием одного конкретного средства коммуникации, но пытались понять все последствия полимедиа как интегрированной структуры, влияющей на отношения между филиппинскими мигрантами-родителями и их детьми. Именно поэтому мы работали с матерями в Британии, а затем посещали их детей на Филиппинах [Madianou, Miller, 2012]. В нашей книге мы показываем, как ожидания, что приход дешевых и разнообразных медиа поможет разрешить негативные ситуации разделения семей, были слишком упрощенными. Около половины детей, с которыми мы общались, сообщили, что новые медиа скорее ухудшили их отношения с родителями, чем улучшили. Так мы начали понимать, что многое было связано с установлением власти и попытками использовать

медиа для контроля за человеком на другом конце коммуникации. Наблюдать, что цифровые медиа не способствуют облегчению проблем разделения семей, не означает утверждать, что у них нет никаких последствий. Как мы показали, цифровые медиа интегрированы в установление и переживание отношений на расстоянии. Большим финансовым возможностям родителей, благодаря которым те могут брать власть над медиа в свои руки, дети могут противопоставить лучше развитые технические навыки, особенно в коммуникации с помощью компьютера. Молодой мужчина-филиппинец в Маниле отмечает в связи с общением со своими родителями-мигрантами:

«У них никак не получалось стать ближе ко мне, потому что я всегда закрывался от них. По электронной почте я обычно очень долго отвечал. Например, я прочту имейл сегодня, но отвечу через неделю. Обычно мой отец меня донимает так: «Почему ты ничего не отвечаешь, мы вообще твои родители или как?»»

Другой сын по тем же причинам настаивал на том, чтобы общение происходило только по электронной почте, а затем не отвечал по несколько недель — значение этой задержки не осталось незамеченным отцом. А мать, живущая в Лондоне, использовала электронную почту, чтобы перестать сердиться на своего сына, который постоянно напивался и просил денег. В более общем плане, дети старались использовать полимедиа, чтобы дать родителям понять, что они уже взрослые. Основным инструментом здесь был выбор тех или иных медиа. Эти наблюдения впервые сделали концепцию полимедиа ясными для нас. Поэтому в нашем анализе полимедиа — часть гораздо более широкой картины исторической конъюнктуры, в данном случае — подъема транснациональной миграции и ее последствий.

Заключение

Этот последний пункт, восстанавливающий более широкий контекст концепции полимедиа, является и самым значительным в наших выводах. Мы хотим сказать, что концепция полимедиа на первый взгляд выглядит обманчиво, словно описание трансформации технологии, благодаря которой люди, имевшие доступ лишь к нескольким видам медиа, получили доступ их большему количеству. Поэтому мы хотим сконцентрироваться на новых аффордансах, которые создают медиа, и на способах, которыми они используются. В большом количестве исследований, посвященных новым коммуникационным технологиям, подчеркиваются такие параметры технологических различий, как темпоральность, объем хранения, воспроизводимость, материальность, мобильность, охват и т. д.

Эти концепты, безусловно, ценны. Главное, что мы должны усвоить относительно полимедиа, это функциональные предрасположенности медиа, лежащие в основе их реляционных определений, и наше понимание медиа как интегрированной структуры. Но в данной статье мы предложили более амбициозное определение полимедиа. Мы предположили, что сталкиваемся с не просто новым горизонтальным распространением медиа, при котором каждое конкретное средство коммуникации сдвигается в своем значении и отношении к другим медиа. Мы предположили, что из такого расширения во внутренних отношениях между медиа происходит также и сдвиг между коммуникационными медиа и обществом. Эффект состоит в ресоциализации коммуникативных медиа. Когда цена и доступ

стали менее значимы и повысилась медиаграмотность пользователей, они стали задумываться о том, что причины, по которым каждый человек выбирает определенное средство коммуникации, — это тоже социальный акт, и это мы считаем фундаментальным в формировании социальных отношений. Такое понимание полимедиа представляет собой сдвиг в сторону более социальной концепции медиа для людей, с которыми мы работаем, используя более холистические подходы — такие как медиация [Couldry, 2008; Livingstone, 2009; Miller, 2014] или медиатизация [Couldry, 2012; Hepp, 2009], которые пытаются понять взаимное влияние социальных процессов и медиа.

Наконец, мы утверждаем, что лучше всего это видно на примере сравнительной этнографии. Этому есть две причины. Первая состоит в том, что полимедиа — это нечто, развивающееся разными способами, с разной скоростью и разными ограничениями. Можно сказать, что сейчас она существует для небольшой доли населения Филиппин (городской, молодой и средний класс) и, возможно, для большинства населения Тринидада, но повсеместно распространены среди молодого населения США и Северной Европы. Используя материал из всех трех контекстов в этой статье, мы предостерегаем против утверждений, что последствия полимедиа могут быть универсальными или не учитывать продолжительные следствия цифрового разрыва.

Второй момент заключается в том, что последствия полимедиа включают в себя некоторые общие тренды, такие как большая забота о моральной ответственности, более широкая ресоциализация медиа и больший уровень медиаразнообразия, что может влиять на вопросы медиаэкологии или формирования новых социальных групп. С другой стороны, полимедиа скажутся и на многих сугубо местных вопросах, отражающих сохраняющееся культурное разнообразие современного мира. Как показано в этой статье, нормативность использования медиа в Тринидаде и на Филиппинах значительно различается. Полимедиа постепенно (хотя и асимметрично) становится глобальным явлением. Тем не менее нет оснований думать, что это приведет к глобальной гомогенизации, а не к увеличению гетерогенности. Таким образом, сравнительный подход сохраняет нашу чувствительность к контексту и культурным различиям.

Однако, как мы надеемся, уже ясно, что полимедиа развивается во всем мире, пусть даже и с разной скоростью. Наше сравнительное исследование позволяет уверенно прогнозировать, что среда полимедиа станет актуальной для медиаисследований в будущем, поскольку медиа не существуют в изоляции. Разумеется, будет много разных толкований этого феномена и суждений о его последствиях и значимости, которые вполне могут противоречить каждому из предположений, выдвинутых нами в этой статье. Но чтобы начать такую дискуссию, сначала необходимо выработать название для этой новой ситуации, и здесь мы предлагаем термин «полимедиа».

References⁴

Alm A and Ferrell Lowe G (2001) Managing transformation in the public polymedia enterprise: amalgamation and synergy in Finnish public broadcasting. *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 45(3): 367—390.

⁴ Библиография сохранена в формате исходной публикации — Прим. ред.

Asis MMB (2008) The Philippines. *Asian and Pacific Migration Journal* 17(3—4): 349—378.

Baym N (2010) *Personal Connections in the Digital Age*. Cambridge: Polity.

Berker T, Hartmann M, Punie Y and Ward K (eds) (2006) *Domestication of Media and Technology*. Maidenhead, Berks: Open University Press.

Boase J and Wellman B (2006) Personal relationships: on and off the internet. In: Perlman D and Vangelisti A (eds) *Handbook of Personal Relations*. Cambridge: Cambridge University Press.

Bolter JD and Grusin R (2000) *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge, MA: MIT Press.

boyd d and Ellison N (2007) Social networking sites: definition, history and scholarship. *Journal of Computer Mediated Communication* 13(1). Available at: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>.

boyd d (2010) Social networking sites as networked publics: affordances, dynamics, implications. In: Papacharissi Z (ed.) *A Networked Self*. London: Routledge.

Broadbent S (2011) *L'Intimité au travail*. Paris: Fyp Editions.

Broadbent S and Bauwens V (2008) Understanding convergence. *Interactions* 15(1): 29—37.

Castells M, Fernandez-Ardevol M, Qiu JL and Sey A (2006) *Mobile Communication and Society: A Global Perspective*. Cambridge, MA: MIT Press.

Couldry N (2008) Mediatization or mediation: alternative understandings of the emergent space of digital storytelling. *New Media & Society* 10(3): 373—391.

Couldry N (2011) The necessary future of the audience ... and how to research it. In: *Nightingale V (ed.) Handbook of Media Audiences*. Cambridge, MA: Blackwell, pp. 213—229.

Couldry N (2012) *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*. Cambridge: Polity.

Deuze M, Blank P and Speers L (2012) A life lived in media. *Digital Humanities Quarterly* 6(1). Available at: <http://digitalhumanities.org/dhq/vol/6/1/000110/000110.html> (accessed January 2012).

The Economist (2009) Mobile marvels: a special report on telecoms in emerging markets. 26 September.

Gershon I (2010) *The Breakup 2.0*. Ithaca, NY: Cornell University Press.

Hargittai E (2002) Second-level digital divide: differences in people's online skills. *First Monday* 7(4). Available at: <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/942/864> (accessed June 2012).

Hargittai E and Welejko G (2007) The participation divide: content creation and sharing in the digital age. *Information, Communication and Society* 11(2): 239—256.

Hepp A (2009) Differentiation: mediatization and cultural change. In: Lundby K (ed.) *Mediatization: Concepts, Changes, Consequences*, pp. 135—154. New York: Peter Lang.

Hjorth L (2009) Gifts of presence: a case study of a South Korean virtual community. In: Goggin G and McLelland M (eds) *Internationalising the Internet Anthology*. London: Routledge, pp. 237—251.

Horst H, Herr-Stephenson B and Robinson L (2010) Media ecologies. In Ito M et al., *Hanging Out, Messing Around and Geeking Out: Kids Living and Learning with New Media*. Cambridge, MA: MIT Press, pp. 32—78.

Horst H and Miller D. (2014) *Digital anthropology*. London: Bloomsbury Academic.

Hutchby I (2001) Technologies, texts and affordances. *Sociology* 35: 441—456.

Ito M et al., (2010) *Hanging Out, Messing Around and Geeking Out: Kids Living and Learning with New Media*. Cambridge, MA: MIT Press.

Jenkins H (2006) *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: NYU Press.

Jha S, Sugiyarto G and Vargas Silva C (2009) The Global Crisis and the Impact on Remittances to Developing Asia. Asian Development Bank Economics Working Paper Series No. 185. 186 *International Journal of Cultural Studies* 16(2) Available at: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1618088 (accessed June 2012).

Lévi-Strauss C (1963) *Structural Anthropology*, trans. Jacobson C and Grundfest Schoepf B. New York: Doubleday Anchor Books.

Little L, Sillence E, Sellen A and Taylor A (2009) The family and communication technologies. *International Journal of Human Computer Studies* 67(2): 125—127.

Livingstone S (2004) Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. *Communication Review* 7: 3—14.

Livingstone S (2008) Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New Media & Society* 10(3): 393—411.

Livingstone S (2009) On the mediation of everything. *Journal of Communication* 59(1): 1—18.

MacKenzie D and Wajcman J (1999) Introductory essay. In: MacKenzie D and Wajcman J (eds) *The Social Shaping of Technology*, 2nd edn. Buckingham: Open University Press.

McKay D (2010) On the face of Facebook: historical images and personhood in Filipino social networking. *History and Anthropology* 21(4): 483—502.

Madianou M (2005) *Mediating the Nation: News, Audiences and the Politics of Identity*. London: UCL Press/Routledge.

Madianou M (2012a) Migration and the accentuated ambivalence of motherhood: ICTs in Filipino transnational families. *Global Networks* 12(3): 277—295.

Madianou M (2012b) News as a looking glass: shame and the symbolic power of mediation. *International Journal of Cultural Studies* 15(1): 3—16.

Madianou M and Miller D (2011a) Crafting love: letters and cassette tapes in transnational Filipino family communication. *South East Asia Research* 19: 249—272.

Madianou M and Miller D (2011b) Mobile phone parenting: reconfiguring relationships between Filipina migrant mothers and their left-behind children. *New Media & Society* 13(3): 457—470.

Madianou M and Miller D (2012) *Migration and New Media: Transnational families and Polymedia*. London: Routledge.

McLuhan M (1964) *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill.

Miller D (1994) *Modernity: An Ethnographic Approach*. Oxford: Berg.

Miller D (2011) *Tales from Facebook*. Cambridge: Polity.

Papacharissi Z (2009) The virtual geographies of social networks: a comparative analysis of Facebook, LinkedIn and ASmallWorld. *New Media & Society* 11: 199—220.

Parreñas R (2001) *Servants of Globalization, Women, Migration and Domestic Work*. Stanford, CA: Stanford University Press.

Parreñas R (2005) *Children of Global Migration*. Stanford, CA: Stanford University Press.

Pertierra R (2010) *The Anthropology of New Media in the Philippines*. Manila: Ateneo de Manila University Press.

Pertierra R, Ugarte E, Pingol A, Hernandez J and Dacanay N (2002) *TXT-ING Selves: Cellphones and Philippine Modernity*. Manila: De La Salle University Press.

POEA (2009) 2008 overseas employment statistics. Available at: <http://www.poea.gov.ph/stats/stats2007.pdf> (accessed March 2010).

Postman N (1970) The reformed English curriculum. In: Eurich AC (ed.) *High School 1980: The Shape of the Future in American Secondary Education*. New York: Pitman, pp. 160—168.

Qiu J (2009) *Working-class Network Society*. Cambridge, MA: MIT Press.

Silverstone R (2005) Mediation and communication. In: Calhoun C, Rojek C and Turner B (eds) *Handbook of Sociology*. London: Sage, pp. 188—207.

Slater D and Tacchi J (2004) *Research: ICT Innovations for Poverty Reduction*. New Delhi: Unesco.

Wajcman J (2002) Addressing technological change: the challenge to social theory. *Current Sociology* 50(3): 347—363.

Whitty MT and Carr AN (2006) *Cyberspace Romance: The Psychology of Online Relationships*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

World Bank (2011) Data: countries and economies. Available at: <http://data.worldbank.org/country/> (accessed July 2011).



