

# ИНТЕРНЕТ ПО ТУ СТОРОНУ ЦИФР

Сборник статей конференции



Е. Бельская

**Интернет по ту сторону цифр.  
Сборник статей конференции**

«Издательские решения»

**Бельская Е.**

Интернет по ту сторону цифр. Сборник статей конференции /  
Е. Бельская — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-904731-1

Интернет — это связи, сети, данные, коды, интерфейсы, инфраструктура. И цифры. Большая часть интернета легко переводится в количественные показатели. Но всегда остаётся что-то, что мы не сможем понять, применяя только количественный подход. Признавая важность цифр, мы предлагаем посмотреть, что происходит до того, как реальность оказывается посчитанной и уложенной в круговую диаграмму.

ISBN 978-5-44-904731-1

© Бельская Е.  
© Издательские решения

## Содержание

Введение	6
Пленарное выступление Дэниела Миллера	11
Практики взаимодействия с «мертвыми» страницами в Рунете и отношение к феномену digital death	15
Конец ознакомительного фрагмента.	18

# Интернет по ту сторону цифр

## Сборник статей конференции

Авторы: Бельская Е., Бородулина А., Герасимова А., Глазков К., Дорофеева О., Карасева А., Королева Д., Ляликова Д., Миронова Т., Орехов Б., Паукова А., Пишлётгер К., Томилова Е., Тренихина М., Фомичева Т., Чумакова В.

- © Е. Бельская, 2018
- © А. Бородулина, 2018
- © А. Герасимова, 2018
- © К. Глазков, 2018
- © О. Дорофеева, 2018
- © А. Карасева, 2018
- © Д. Королева, 2018
- © Д. Ляликова, 2018
- © Т. Миронова, 2018
- © Б. Орехов, 2018
- © А. Паукова, 2018
- © К. Пишлётгер, 2018
- © Е. Томилова, 2018
- © М. Тренихина, 2018
- © Т. Фомичева, 2018
- © В. Чумакова, 2018

ISBN 978-5-4490-4731-1

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

## Введение

Конференция «Интернет по ту сторону цифр» состоялась еще в мае 2017 г., но мы до сих пор не можем ее забыть. До этого времени, честно говоря, казалось, что интернет-исследования так и остаются каким-то странным междисциплинарным предприятием, немногим отличающимся от *kholodilnik studies*, т.е. от исследований конкретного технического объекта. Но интернет все же – не холодильник, и выделяя его в качестве одновременно объекта и проблемы исследования, мы получаем результат, не равный включением его в традиционные дисциплины, а в чем-то их превосходящий.

В этом введении мы поговорим, в чем особенность интернет-исследований и чем они отличаются от изучения интернета, а также всякого рода связанных с ним технологий и сервисов в рамках отдельных дисциплин. Вошедшие в сборник статьи были написаны в основном социологами, лингвистами, историками и культурологами, но благодаря общему пространству производства знания, возникшему на конференции и еще до нее (в рамках онлайн-школы качественных интернет-исследований) они стали частью общего поля.

Хотя включенные в сборник доклады, затрагивают и теорию, и частные кейсы, наш основной интерес – это практики. Поэтому мы выбрали индуктивную стратегию развития исследовательского направления, чтобы настраивать оптику и обращаться к теоретическим вопросам в более крупных текстах именно исходя из того, что происходит в полях.

Подобная перспектива была предзадана и гостем конференции, профессором *University College London* Дэниелом Миллером, который прочитал то, что в России обычно называют пленарным докладом; правда, в нашем случае это была скорее вдохновляющая речь о том, что именно оказывается сейчас на повестке дня, когда мы берёмся за изучение интернета. После исследования «Why we post» Миллер выявил ряд вещей, перевернувших наше понимание интернета как универсального, глобального и гомогенного пространства: речь идет о масштабируемой социальности (*scalable sociality*) и полимедиа (*polymedia*). Понятие «полимедиа» означает, что мы рассматриваем различные медиа не сами по себе, а в плане их соотношения в жизни пользователя. Масштабируемая социальность же позволяет внести ясность в сложное положение социальных медиа между приватным и публичным пространством, так что благодаря ему мы можем рассматривать социальное взаимодействие на том или ином уровне.

В сборнике, как и в деятельности «Клуба любителей интернета и общества» в целом, мы пытаемся рассматривать развитие интернета во всей его сложности – как явление, на которое действуют социальные и культурные факторы. Вместе с тем нельзя отрицать и обратного влияния технологий на социальную жизнь.

Основная особенность интернет-исследований как направления состоит в том, что хотя они и включают в себя те или иные дисциплинарные подходы, но свободны в отношении теоретических дебатов прошлого. Благодаря этому интернет-исследователю проще работать с теми кейсами, которые в ином случае требовали бы длинных пояснений и описаний: что такое публик, чем отличается анонимность в интернете от анонимности в оффлайне и т. д. В рамках конкретных дисциплинарных подходов нам приходилось бы постоянно конструировать разные определения интернета – иногда *ad hoc*, иногда замахиваясь на обобщения, однако этот путь уже скомпрометирован.

В 2017 г. ясно, что никакого одного-единственного мира до интернета нет, как нет и единого, удобного для всех, «теоретизируемого» интернета. Поэтому интернет-исследования позволяют фокусироваться не только на особенностях интернета, но и на том, что происходит в нем и в связи с ним. И уже отталкиваясь от этого, мы пытаемся осмыслить, что представляет собой интернет, который мы не можем посчитать, но можем понять.

### **Измененная практика: смерть, пространство, подростки и искусство**

Первая часть сборника посвящена тому, как те или иные уже существующие области деятельности или практики меняется в присутствии интернета. Начнём со смерти. Работа Марии Тренихиной, Евгении Бельской и Дарьи Ляликовой «Практики взаимодействия с „мертвыми страницами“ в Рунете и отношение к феномену *digital death*» – один из первых эмпирических подходов к этой теме, предпринятых в русскоязычном исследовательском пространстве. Исследовательницы описали, как в социальной сети Вконтакте существуют аккаунты мертвых людей, и провели глубинные интервью с теми, кто еще жив. В интервью выявляется, почему люди оставляют/не оставляют аккаунты умерших у себя в друзьях, а также обнаруживается, что пользователи посещают страницы неизвестных им умерших людей, и это довольно распространённая практика.

Но что вообще люди – в частности, подростки, – делают Вконтакте? Почему они иногда удаляют аккаунт полностью или имеют по несколько профилей в социальных сетях? Как они презентуют себя в интернете и почему не пишут там про хобби? Об этом – статья Дианы Королевой и Евгении Томилиной «„Портрет“ современного подростка через его самопрезентацию в социальной сети». Основной вывод Дианы и Евгении таков: интернет для подростка представляет возможность делиться переживанием настоящего, а не работать в качестве архива. Пользователи возвращаются к своим старым постам, редактируют их или удаляют, подстраивая содержание профиля под «актуального себя». Однако же нельзя сказать, что «интернет теперь не архив, а только часть коммуникации», потому что для других групп пользователей это не будет верно.

Исследование Татьяны Мироновой позволяет узнать, как используют интернет художники – и это совсем не похоже на то, что делают подростки. Вообще, интернет и искусство уже прошли несколько стадий взаимодействия, так что от нет-арта мы в основном перешли к постинтернет-арту. Но как существование интернета влияет на саму работу художника, то, что он делает? Татьяна выдвигает гипотезу о том, что интернет становится «новым пленэром», который позволяет иначе посмотреть на исследуемый художником объект, а также иначе распределить этапы работы (изучая, например, не природу саму по себе, а пейзаж через призму *Google-карт*). Собеседники автора говорят о трансформации работы с пейзажем, с пространством – и это, безусловно, одна из основных тем: трансформация локальности.

Статья Аси Карасевой «Транслокальный Магадан: „виртуальное соседство“ в ВК-паблике „MGDN Магадан“» посвящена уже *транслокальности* – и не просто возможности расширения границ города, но и тем различиям, которые существовали между магаданцами и немагаданцами и теперь стали видны благодаря паблику. Транслокальность – это не нечто возникшее, как зачастую пишут, благодаря интернету, а свойство, сформированное всей прежней историей региона. В качестве метода Ася использует виртуальную этнографию – и интересно, как ее статья соотносится с работой классического антрополога Алевтины Бородулиной.

### **Вызовы для привычных понятий: публичность, анонимность и вовлеченность**

Алевтина Бородулина изучала Сахалин и Курилы: военные городки, о. Итуруп и другие поселения, удалённые от «большой земли». Здесь нет привычного жителям мегаполиса широкополосного интернета по проводу, а есть только мессенджеры. Но и публичного пространства там тоже нет, поэтому возникает гибридная среда, где в групповых чатах происходит и приватная, и публичная переписка и выстраиваются новые способы объединения и изоляции.

Работа Алевтины открывает второй блок работ, связанных с тем, как происходящее в интернете может изменить наше представление о, казалось бы, очевидных вещах. В начале XX в. наблюдалось смешение бинарных оппозиций, но это не значит, что жизнь решительно изменилась: скорее именно в процессе изменения эти оппозиции обрели смысл. Далекое/близкое, быстрое/медленное: эти понятия были сформулированы снова в условиях XX в. Похожую

судьбу сейчас переживают многие понятия: это же касается, например, того, что выше мы уже сказали про приватное и публичное в мессенджерах.

Следующее, что меняет свое значение прямо на наших глазах – статус анонимности. Всеобщая пронцаемость, разоблачения «Викиликс», постоянные новости о новой слежке – все это подтачивало то ощущение анонимности, которое формировалось в интернете прежних лет (да и вне его, если вспомнить программы защиты свидетелей или другие важные явления, построенные на возможности анонимности в XX в.) Анонимность внутри интернета требует ревизии потому, что наши ожидания относительно анонимных высказываний оказываются сегодня не соответствующими действительности. В исследовании Оксаны Дорофеевой изучались *accounts* в анонимных и неанонимных публикациях о сексуальном насилии, размещенных в социальных сетях. *Accounts* – это обороты речи, которые помогают объяснить свое или чужое неподобающее поведение в ситуации, которая будет подвергаться оцениванию. Гипотеза автора заключалась в том, что в анонимных публикациях *accounts* реже содержат идею «сама виновата». Оказалось, что все работает не так, и как раз флэшмоб вроде «#янебоюсьсказать» даёт возможность высказаться в более свободном ключе.

Проблема публичности и анонимности существует не только в интернете. Использование цифровых технологий и сервисов в городском пространстве также создает новые возможности для конструирования вовлеченности и самоизоляции, но уже в контексте городского пространства. Этнографическое исследование Константина Глазкова позволяет увидеть это на примере того, как пользователи действуют в метро, создавая и снимая «экран вовлеченности» и определяя, что является подобающим, а что – неподобающим в той или иной ситуации.

### **Пользователь перестраивает интернет: Википедия, отзывы и родители**

Третий блок статей открывается текстом Бориса Орехова, показывающим удивительную взаимосвязь: исчисляемость статей в Википедии запустила соревнования между носителями малых языков. Луговые и горные марийцы, татары и башкиры заполняют Википедию на своих национальных языках энциклопедическими статьями о реках и орхидеях лишь затем, чтобы увеличить число статей на своем языке – причем делают это полуавтоматическим образом, используя ботов. В итоге получается двойное влияние: количественные показатели вики-среды влияют на пользователей, а те, в свою очередь, создают новые способы использования этой среды.

Исследование Анны Герасимовой посвящено не менее разнообразным и неожиданным с точки зрения избранной платформы практикам: рецензиям на школьный канон классической литературы, оставляемые людьми в интернете. Здесь возникают и перемешиваются разные типы высказываний, выявляются режимы восприятия – иногда похожие на то, как объясняли классику в школе, а иногда требующие от автора беллетризованности или исторической точности. А еще «наивные рецензенты» часто играют с платформами для отзывов, оставляя в поле для текста цитаты из книг.

Третья статья этого блока – работа Татьяны Фомичевой «Общедоступные группы в социальных сетях как ресурс „профессионализации“ родителей детей с особенностями развития», – ставит сразу несколько вопросов. Безусловно, в фокусе внимания автора фигурирует новая практика, поскольку раньше такие способы взаимодействия, обмена информацией и *empowerment* не были возможны. Однако здесь важно и то, как площадка *Facebook*'а становится в некотором смысле образовательной, давая возможности профессионализации и обмена знаниями – и это только одна из множества функций, которые назначают платформам сами пользователи. И Этаже статья предвдваряет заключительный блок, связанный с нормализацией, «приручением» интернета – и того, что в нем происходит

Следующая – о малых языках, но на этот раз о конкретном кейсе Удмуртии и о различных путях реализации пользовательских стратегий Вконтакте и в *Instagram*. Кристиан Пишлэ-

гер представляет исследование – «Удмуртский язык в интернете: между активизмом и нормализацией». Деятельность активистов малых языков, пожалуй, нагляднее всего показывает, что интернет предстает не инструментом универсализации, а наоборот, возможностью развития разнообразия. Другое дело, что пользователь, который переходит к роли производителя, вынужден изобретать и способы работы с избытием фактов, цифр и данных, которые входят в его жизнь, поскольку готовых инструментов часто или нет вовсе, или же не хватает.

Этой же проблеме – информационной перегрузке, – посвящены работы Варвары Чумаковой и Анны Пауковой. Статья Варвары вводит нас в тему информационной перегрузки, в ее теоретический и исторический контекст и представляет данные исследования студентов. Студенты не воспринимают себя пассивными объектами воздействия перегрузки, но настраивают информационные фильтры и стараются управлять своим присутствием. В этом смысле статья Варвары перекликается с работой Константина Глазкова, также презентующей нам взгляд на пользователя не как потребителя, а как регулировщика информационной среды вокруг себя.

Наконец, статья Анны Пауковой дает представление о пользователях, которые используют понятие информационной перегрузки сами и иллюстрируют его изображениями в *Instagram*'е. Анализируя такого рода изображения, Анна выделяет два аспекта перегрузки: «ситуативный» и «фоновый». Мы видим, что то, что кажется связанным только с технологиями, на самом деле оказывается частью целого комплекса ситуаций и контекстов, и интернет может быть то средой для презентации, то отдельной проблемой, то символом перемен, которые фиксируются в повседневной жизни и в исследовательской среде.

### **Несколько слов о разнообразии методов**

Хотя в основном это Введение коснулось содержания текстов, не менее важным для нас было методологическое разнообразие. В своих статьях авторы обращались как к виртуальной этнографии, так и классической антропологии, применяли цифровые средства в самой своей работе, фотографируя или иначе фиксируя объекты исследования. Во многих случаях мы видим сочетание методов, связанных с наблюдением и опросными методами – главным образом, глубинными интервью. Это важно в смысле работы со смешанными методами, которые предстают в новом свете. Поэтому исследователи оказываются в той же ситуации, что и художники из работы Татьяны Мироновой, для которых интернет – это не только новое поле или проблема, как было в искусстве нет-арта или остаётся в постинтернет-арте. Интернет становится средой, в которую проецируются разные явления офлайн-мира (такие, как донецкий аэропорт или коммуникация родителей – все это есть и без интернета). Подобного рода проекции сложным образом связываются со своими офлайн-овыми проекциями, и в результате получается альянс, не делимый на «в сети» и «в жизни».

На конференции прошли два круглых стола, непосредственно обратившихся к тому, как количественные измерения соседствуют, конкурируют и уживаются с качественными. Одно мероприятие мы посвятили академическим исследованиям, и в нем приняли участие Денис Сивков, Екатерина Лапина-Кратасюк, Константин Фурсов и Дарья Радченко: социальные и гуманитарные ученые, которые, казалось бы, должны были стоять на разных позициях, если бы мы снова говорили только о дисциплинарном подходе. Но нет: именно в рамках совмещения вопросов о «цифре» как цифровой среде и «цифре» как основе количественных методов мы обнаружили немало общих проблем, которые сейчас уже частично решаются – например, о происхождении статистики и о том, почему важно показывать процесс производства данных.

Второй круглый стол объединил академическую, IT и медиа-среду. В нем участвовали Джин Колесников, Андрей Коняев, Илья Красильщик, Ян Красни, Дэниел Миллер, Оксана Мороз, Алексей Никушин, Максим Поляков, а также Илья Утехин и Александра Шевелева. Речь на мероприятии шла о том, как работают практические исследования – в частности,

медиа-метрики, – и почему они становятся столь важны (и одновременно, напротив, выхолащивают смысл). Не то чтобы мы критиковали капитализм, но в общем ни для кого не секрет, что акцент на цифры связан с деньгами. А вот почему с цифрами работает «Медуза», хотя им не так важна окупаемость – это действительно стоило обсудить. Оказалось, что медиа измеряют цифры, потому что цифрами и графиками они отчитываются перед рекламодателем, а свою содержательную работу они изучать не могут, так как нет подходящего инструмента. Важно не только то, сколько человек прочитали или лайкнули текст: иногда более ценно то, что текст вообще появился, что об этой теме кто-то написал. Тем не менее, издатели видят тут возможное пространство для исследований.

Организовывая конференцию «Интернет по ту сторону цифр», мы надеялись понять, действительно ли происходит нормализация рассуждений о том, что интернет отменяет необходимость исследований, теорий и методов. И действительно, новые подходы и проблемы и классические теории и методы вполне уживаются вместе и дают результаты. Впрочем – и это тоже важно, – далеко не всегда. Неслучайно мы всегда делаем на конференции секцию по незавершенным и неудавшимся исследованиям и включаем эти работы в т.ч. в сборник. Важно видеть не только то, что работает, но и то, что не работает – не для того, чтобы отвергнуть это, а чтобы понимать, как действуют исследователи, где встречают сопротивление, к чему следует возвращаться и как продолжать.

\* \* \*

В первую очередь я хотела бы поблагодарить со-координатора «Клуба любителей интернета и общества», моего друга Леню Юлдашева, потому что без него ничего бы не было. Его вопросы, идеи, письма и действия стали основанием, без которого все это так и оставалось бы идеями, витающими в воздухе.

И еще, не менее важное. Данного сборника не было бы в нынешнем его виде, если бы авторы не читали статьи друг друга. Мы делали все тексты открытыми для других авторов и проводили *peer-review* – но не неизвестными людьми, почему-либо имеющими право голоса, а каждым, кто пишет вместе с вами одну научную работу. Мне кажется, это важнее всего. Поэтому я благодарю всех авторов, стали еще и редакторами, а также собственно редактора сборника – Алексея Зыгмонта. Он сделал так, что общий язык у всех нас более ладный.

Кроме того, мы благодарим Европейский университет и Институт общественных наук РАНХиГС, они помогли нам с организацией конференции. Отдельное спасибо – всем участникам клуба любителей интернета и общества во всех городах и странах. Без вас это все не имело бы смысла.

*Полина Колозариди*

## Пленарное выступление Дэниела Миллера

Доброе утро!

Я очень рад быть здесь сегодня – спасибо Полине, спасибо всем, на дворе – отличная погода. Мне приятно еще и потому, что, как я думаю, то, чем вы собираетесь заниматься в следующие два дня, очень важно. Вопрос, как я его понимаю, заключается в том, как мы собираемся исследовать интернет и социальные медиа, используя ряд качественных и количественных методов. Это и есть тема дискуссии. Исходя из нее, я могу представить свои исследования в равной степени как предельное воплощение качественного подхода или же как сочетание того и другого. Начну я с качественного, а потом буду говорить о том, как нам на самом деле следует сочетать качественное с количественным.

Моя работа как антрополога является по большей степени качественной. Традиционно мы проводим этнографическую работу: в проекте «Why we post» занято девять антропологов, и каждый из нас потратил пятнадцать месяцев в поле, чтобы провести исследование того, как используются социальные медиа и какие у этого последствия. Я называю этот метод *целостной контекстуализацией* (*holistic contextualization*). И проблема здесь попросту в том, что я не знаю, почему люди постят что-либо в социальных медиа. Понятия не имею! Может, это как-то связано с религией, или с семьей, с гендером, с политикой, с образованием – неизвестно. Поэтому нам представляется разумным попытаться узнать о людях все возможное, чтобы создать себе представление о том, что из этого может быть важным для понимания того, как именно они что-либо постят. Но еще, когда я говорю с человеком в поле, то как он не живет только в религии или образовании, точно так же он не живет только онлайн. Люди живут и там, и там одновременно. Поэтому связь между тем, как мы делаем свою работу, и целостностью человеческой жизни для меня достаточно очевидна.

Теперь: проблема между качественным и количественным заключается в том, что мы легко не только можем начать в каком-то смысле противопоставлять их друг другу, но и ввязываемся в бой. В социальных науках этот бой длится уже сотни лет. Потому что все мы, как мне кажется, знаем, что дело не только в том, считаем мы что-либо или же нет. Есть гораздо более пространственные вопросы, вплоть до эпистемологии или того, что мы знаем о происходящем в мире вообще.

Поэтому я плох не потому, что чего-то там не считаю – я плох, потому что у меня нет гипотезы, и я совсем уж чистое зло, если у меня нет выборки, и в том, что я делаю, для людей, признающих единственно естественнонаучный формат, нет никакого смысла или ценности. На это я бы мог возразить, что в моей работе невозможно предлагать гипотезу заранее, потому что я не знаю, что найду в поле. И о самом интересном, что я обнаружил, в начале я не мог даже и подумать. Поэтому у меня не может быть гипотезы относительно чего-то, о чем я не знаю, есть оно или нет! В равной же мере я не знаю, какой получится выборка – просто каких-то людей я знаю лучше, а каких-то – хуже.

И вот я мог бы придерживаться лишь одной крайности, но не хочу, потому что это никому ничего не даст. По правде, наша задача – просто понять, что такое интернет и почему люди что-то в нем пишут, и мы должны использовать все доступные методы, должны объединять все эти различные способы исследования между собой. Сейчас я хотел бы привести два примера того, что мы не можем дать ответов на ключевые вопросы, если не объединим эти две воюющие стороны и не заставим их работать вместе.

Итак, мой первый пример – статья, над которой я буду работать, когда вернусь в Лондон. Она готова пока только наполовину. И это статья о том, с кем люди взаимодействуют чаще всего, когда находятся в сети. Вопрос задан в лоб. Существует множество причин, по которым вы могли бы его задать. С кем же они больше всего взаимодействуют в интернете? Поэтому

в процессе работы мы также задавали некоторые общие вопросы анкетного типа. Я спрашивал у людей: «Хорошо, когда вы в сети, с кем вы чаще всего взаимодействуете?» Сейчас я говорю о поле в Англии. И при ответе на этот вопрос люди обычно не думают, а отвечают сразу: «Ну, я думаю, в основном я общаюсь с семьей». И таким образом – «Ну, в основном я общаюсь с семьей», – отвечают примерно 60%. Но мы-то хотим понаблюдать за людьми непосредственно и узнать, как все на самом деле.

И вот так получилось, что один из членов нашей команды – очень квалифицированный статистик, Шрирам Венкатраман. Семь долгих лет он провел в заточении, работая статистиком в компании *Walmart*, почти закончил PhD по статистике, но потом решил, что никаких ответов это ему не дает, переучился на антрополога и мы начали работать вместе. Но у него есть навыки в обеих сферах. И вот он мне говорит: «Хорошо, поскольку мы работаем с качественной методологией, у нас есть доверие людей, с которыми мы работаем, и их разрешение анализировать их онлайн-материалы», т.е. эти люди дают нам прямой доступ, скажем, к их профилям в *Facebook*. Потом Шрирам воспользовался какими-то программами, в которых я ничего не смыслю, произвел количественный анализ и показал мне график – кто взаимодействует с каждым из информантов чаще всего, кто на втором, кто на третьем месте, и так иногда до семидесяти-ста различных людей, расположенных в определенном порядке. Такой вот количественный анализ. Но кто мне скажет, кто эти люди? График говорит мне: мой информант чаще всего общается с Джоном Смитом. Кто такой этот Джон Смит? Окей, понятия не имею. Удобство количественного анализа для этнографа заключается в том, что мы можем вернуться к людям и спросить у них: «Слушай, у меня есть для вас что-то интересное – это табличка, и на ней видно, с кем вы чаще всего общаетесь». И они говорят: «Ничего себе!». Дальше я говорю: «Окей, номер один – Джон Смит, кто такой этот Джон Смит?» А он говорит: «Ну, когда-то мы вместе учились в школе, я и не предполагал, что так много с ним общаюсь. А дальше там кто? О, мы встречались, а теперь разошлись, но все еще хорошо дружим. Следующий? Это двоюродный брат...» Качественный метод позволяет нам узнать, кто эти люди. И когда мы это узнаем, то обнаружим, что на самом деле люди чаще общаются, конечно же, не с семьей, с семьей куда реже. Что мы из этого видим – мы видим, что если просто спрашивать людей в лоб, то они на самом деле не знают, с кем больше взаимодействуют. Им незачем об этом думать – они просто предполагают, что это, скорее всего, семья. Хотя это и не так. Поэтому сочетание качественных и количественных методов дает нам много всего хорошего. Но что я хочу сказать, так это что вам не удастся это проанализировать без использования программ в сочетании с качественной работой, благодаря которой вы узнаете, кто эти люди, и сможете делать интерпретации.

Поскольку времени у меня мало, приведу еще всего лишь один пример. Замечательная особенность онлайн-материалов заключается в том, что в них потрясающее количество визуального контента. Для меня поэтому было бы чистой воды безумием не посвящать целую кучу времени его анализу. У нас есть книга, вышла совсем недавно – а вся наша работа, вы знаете, лежит в интернете и совершенно бесплатно, – она называется «*Visualizing Facebook*», и в ней мы сравниваем два наших поля, в Англии и Тринидаде, исключительно на этом визуальном материале. Как мы это делаем? Проблема для нас все та же – ведь я понятия не имею, что смогу найти на этих фотографиях, верно? Я просматриваю их сотнями и тысячами, потому что страницы множества людей сегодня содержат около тысячи фото, и на 30-ти профилях может быть 30 тыс. изображений, и все их нужно изучить. Я просто смотрел, смотрел, смотрел – и пытался обнаружить какие-то закономерности. Глядя, скажем, на молодых людей, я могу обнаружить что-то, чего не найду у более многочисленных категорий информантов. (*Показывает на слайд*) Оказывается, если на вечеринке в Англии поместить перед этими молодыми людьми телефон, они будут высовывать языки, но это ладно. Они делают пальцами... я даже не знаю, что они там делают пальцами, не знаю, как это назвать. Но категории формируются на основании матери-

ала – а потом, конечно, приходится думать, почему и что они делают, что это все значит. А иногда вы видите что-нибудь вроде этого, а это – зачем вообще это постить? Здесь же нет ничего интересного! И тут дело в том, что, хотя я работаю с визуальными материалами в интернете, мне всегда приходится интерпретировать их в соответствии с тем, что я знаю о реальности оффлайн. Понятно, что если вы едете на тусовку, вам 17 лет, вы хотите, чтобы она удалась, так? Вы делаете много фото в основном не затем, чтобы выложить их в интернете, а потому что вот кто-то наставляет на вас камеру, и вам становится еще кайфовее, вы корчите рожу или высовываете язык. И это работает, как алкоголь – делает вечеринку более веселой, она от этого круче. Здесь есть прямая связь с контекстом – тем опытом, когда вам 17 и вы на тусовке. Некоторые из этих фотографий вообще можно было не выкладывать в сеть, их выложили только потому, что вроде как за этим и делали, но вообще делать фото – это просто часть того, что происходит на вечеринке. Всегда есть эта связь между онлайн и оффлайном.

Проблема здесь в том, что если вы хотите как-то сочетать между собой качественные и количественные методы, вам придется придумывать категории, а в сети столько всего, что придумывать категории очень сложно.

*(Показывает на слайд. Надпись на картинке: «Водочная диета / Сбрось 3 дня в неделю» — снизу: «Напомнило мне о тебе»)* Мне хотелось вам это показать, потому что ведь не только в России люди пьют водку, верно? Это все те же школьники, они публикуют много смешных картинок. Как мне это классифицировать – как шутку? Или как оскорбление – потому что их шутки часто бывают обидными? Или я могу взять категорию: «Улыбки». Но когда это «улыбка», а когда нет? Я постоянно выношу качественные суждения или пытаюсь заставить людей спрашивать других – назвали бы они это «улыбкой» или нет? Одна из наших категорий – «Позировать, типа ты модель». Однако проведение границы между тем, когда вы позируете, и когда не позируете, – качественное суждение. После того, как вы выделите категорию, можно уже считать. Можно сказать: «Ну, сколько там у нас картинок с шуточками про водку?» Аналогичным же образом можно сказать: «Сколько (в *Instagram*'е определить это не так просто) пытаются сделать „красивую фотку“ – вот как здесь?» Или, проще простого: «Сколько у нас „красивых фоток“ с домашними животными?» Однако дальше все усложняется, потому что, например, встречается такой момент – у более образованных людей есть такая эстетика, когда они намеренно пытаются сделать что-то «красивое» из того, о чем мы бы этого никогда не сказали, вроде солнечного ожога. Но опять же, как количественно определить границу между одним и другим видом эстетики? Еще мы часто считаем... В смысле, что еще можно сказать с уверенностью – так это что селфи у школьников обычно – не индивидуальные, на них в пять раз чаще фигурирует группа. «Лучшие друзья навсегда» – в таком роде, а не каждый отдельно, как люди думают обычно о селфи. Но нам еще нужно знать – было ли это селфи? Я же не вижу, как именно они фотографируются – является ли это селфи с технической точки зрения или нет, сказать сложно.

*(Показывает на слайд)* На этом слайде, например, вы видите молодого человека с айфоном. Две фотографии, очень похожие, но мне известно, что в одном из полей часто постят такие фото со своими вещами – они показывают, что у них есть все эти дорогие вещи, вроде айфона. В другом случае вещи берут у кого-то еще ненадолго, – они мне не принадлежат, я просто взял их, чтобы сделать фото. Совершенно разные смыслы одного и того же типа изображений.

Иногда после просмотра тысячи или двух тысяч фотографий можно делать крупные обобщения. Исходя из своего поля, я знаю, что в Англии женщины всегда постят фото с вином (неважно каким), а мужчины, практически всегда – с пивом. Еще я знаю, что мужчины всегда постят фото с «вредной» едой, тогда как в женских постах отношение к ней выказывается совсем другое.

*(Показывает на слайд)* Одного взгляда на эти фото достаточно, чтобы понять, что они принадлежат людям не очень обеспеченным. Но мне было бы трудно сказать, что именно

на этих изображениях – в том, что они из себя представляют, в каких эти люди позах и как одеты, – можно было бы подсчитать и сказать, какой у них уровень дохода.

Аналогично, самокритический юмор у англичан и тринидадцев очень разный, но описать эту разницу трудно. Но мы, тем не менее, это делаем, должно же быть это в книжке. Но поскольку таких изображений у нас сотни и сотни, то мы можем по крайней мере показывать их побольше. На Тринидаде, когда люди что-либо постят в сеть, они внимательно следят за своим внешним видом и одеждой, прежде чем сделать фото. Англичане, вроде бы, такого не делают, верно? Вы просматриваете сотни и сотни изображений – и видите эти различия. Иногда все бывает и просто – скажем, тринидадцы любят побрякушки и карнавалы, а еще у них больше семьи.

Последний пример, один из самых любопытных. Сравнивая между собой Тринидад и Англию, я все думал – а что происходит, когда женщина становится матерью? Что в этом случае происходит онлайн? (*Показывает на слайд*) В Англии – если взглянуть на последовательность аватарок на их страницах, – происходит вот что. Вы видите, вот она до материнства, вот она уже родила, вот пара снимков, на которых она вместе с ребенком или с его отцом. Но потом она полностью исчезает! Совершенно! И с этих пор в течение длительного периода на всех фотографиях на ее странице будет ребенок. Страница принадлежит не ребенку, а его матери, но он полностью вытесняет мать. А вот что происходит, когда матерью становится женщина с Тринидада. (*Показывает на слайд*) Она как бы говорит нам – даже не думайте, что раз у меня ребенок, я перестану быть гламурной, сексуальной, привлекательной и т. д. Совершенно другой подход к тому, что значит иметь ребенка.

Итак, главная мысль, которую я бы хотел донести – ведь у меня не было никакой гипотезы о том, что ключевое различие между Англией и Тринидадом будет заключаться в том, что для них значит иметь ребенка! Я этого не знал. Поэтому всегда нужно просто много наблюдать – и в онлайн, и в оффлайн. А когда что-то получается посчитать... В конце этой книги у нас множество графиков и таблиц. Я бы сказал – разница налицо, потому что у англичан намного больше фото с алкоголем, у тринидадцев их нет. У англичан много фото с садами, у тринидадцев их нет – зато у тех много фото с побрякушками, которых нет у англичан. Все это можно посчитать, но без оффлайн-этнографического материала никак не получится интерпретировать.

На чем мне стоит закончить: мне кажется, это очень здорово, что у вас есть целых два дня, когда люди с опытом в статистике и количественном анализе и люди с этнографическими и качественными навыками могут объединиться и обсудить все это друг с другом, потому что во всех приведенных мною примерах фактически мы можем получить необходимые нам информацию и понимание лишь в том случае, если объединим качественные и количественные методы.

Спасибо.

## Практики взаимодействия с «мертвыми» страницами в Рунете и отношение к феномену digital death

Об авторах: Евгения Бельская, Дарья Ляликова, Мария Тренихина – магистранты факультета гуманитарных наук НИУ ВШЭ, [tmpsesc95@yandex.ru](mailto:tmpsesc95@yandex.ru).

Данное исследование посвящено рассмотрению комплекса проблем, связанных с феноменом *digital death* – в частности, с появлением в социальных сетях страниц, чьих пользователей уже нет в живых. В работе описываются как формальные процедуры, предлагаемые социальными сетями в отношении таких страниц, так и реальные практики взаимодействия с ними; анализируется отношение пользователей к таким страницам, практикам взаимодействия с ними и к своему цифровому наследству. Исследование построено на материалах глубинных интервью с людьми, имеющими в «друзьях» в социальных сетях страницы умерших людей. В ходе интервью было выявлено, что такие страницы и активность на них, может вызывать у некоторых пользователей чувство дискомфорта и другие негативные эмоции, в то время как другие считают сохранение подобных страниц и взаимодействие с ними (записи и комментарии, оставляемые уже после смерти пользователя, или просто просмотр материалов на странице) нормальной частью поминальных практик, претерпевших изменения в цифровую эпоху.

*Ключевые слова:* цифровая смерть, цифровое бессмертие, социальные сети.

### Введение

Данная статья посвящена исследованию практик, связанных с феноменом *digital death* («цифровой смерти»). В ней приводятся результаты анализа серии глубинных интервью с русскоговорящими пользователями социальных сетей, в «друзьях» у которых были или до сих пор остаются страницы людей, которых уже нет в живых.

Цель нашей работы – описать практики взаимодействия со страницами умерших «друзей» в популярных в России социальных сетях (прежде всего Вконтакте). Нас интересовало следующее:

- отношение информантов к самому присутствию «мертвых» страниц<sup>1</sup> в социальных сетях;
- эмоции, которые те у них вызывают;
- их мнение относительно того, как лучше поступать с такими страницами и как они хотели бы распорядиться собственными аккаунтами после смерти.

Поскольку страницы в социальных сетях можно сравнивать с личными вещами, хранящими информацию и память о человеке (такими, как фотоальбомы, дневники, любимые бытовые вещи и др.), мы формулировали вопросы так, что их можно было бы задать в отношении любого имущества умершего человека, делая при этом поправку на особенности цифрового пространства. Это позволяло вести разговор о различиях материального и цифрового наследия и выявить причины этих различий.

### Контекст

Феноменом *digital death* стали интересоваться с начала 2010-х, когда администрация популярных во всем мире социальных сетей (*Myspace*, *Livejournal*, *Facebook* и др.) обратила внимание на растущее количество неактивных аккаунтов умерших пользователей<sup>2</sup>. Тогда же

---

<sup>1</sup> Словосочетание «„мертвые“ страницы» может в других контекстах пониматься по-разному (например, страницы, удаленные пользователем, или страницы, которыми в течение долгого времени никто не пользуется), однако в данном исследовании в целях упрощения формулировки мы используем его для обозначения страниц, пользователей которых уже нет в живых.

<sup>2</sup> Moreman, C.M., Lewis, D.A. (eds.) (2014) *Digital Death: Mortality and Beyond in the Online Age*. Praeger.

началась дискуссия и о «цифровом наследстве»<sup>3</sup>. Помимо научных работ, появилось множество блогов и сайтов просветительского характера<sup>4</sup>, которые помогают пользователям грамотно распорядиться своими цифровыми ресурсами или просто отвечают на вопросы, связанные со смертью в интернете<sup>5</sup>. Рунет также постепенно полнится схожими информационными статьями<sup>6</sup>, однако в российской науке феномен *digital death* пока сравнительно мало изучен. Помимо этого, важно помнить и о более широком контексте исследований смерти и мемориализации – в частности, о работах, делающих фокус на социальной<sup>7</sup> или культурной стороне вопроса<sup>8</sup>.

Исследованием, наиболее близким по тематике и целям к нашему, можно считать опрос, проведенный в 2015 году Левада-Центром<sup>9</sup> с целью выяснить, у какого количества пользователей Рунета есть в «друзьях» «мертвые» страницы и как, по их мнению, следует с этими страницами поступать. Они оказались у более чем половины опрошенных, около 40% из них предложили их удалять, 24% выступили за то, чтобы выдавать пароль от страниц наследникам их владельцев, а 30% предлагали присваивать этим страницам «памятный статус», ограничивая их функционал. При этом респонденты, у которых были в «друзьях» аккаунты умерших людей, голосовали за введение этой функции в два раза активнее. Однако вопросы о взаимодействии людей с такими страницами и об изменении практик горевания, связанном с проникновением смерти в пространство интернета, остаются пока сравнительно мало изученными.

Мы изучили, как различные популярные в России социальные сети предлагают пользователям поступать с «мертвыми» страницами. Наиболее актуальной для данного исследования была информация о политике Вконтакте, которая предусматривает две опции: безвозвратное удаление такой страницы со всеми размещенными на ней данными или превращение её в виртуальный памятник<sup>10</sup>. Любое из этих действий осуществляет администрация социальной сети по просьбе друзей или родственников умершего при условии предоставления свидетельства о смерти. На практике, однако же, этими опциями пользуются немногие: чаще страница остается без изменений, либо близкие бывшего владельца страницы, имеющие к ней доступ, сами выбирают, что с ней будет происходить. Похожим образом устроена и политика *Facebook*, но в нем для присвоения странице памятного статуса пользователь должен еще при жизни

<sup>3</sup> Maciel, C., Pereira, V.C. (eds.) (2013) *Digital Legacy and Interaction: Post-Mortem Issues*. Springer.

<sup>4</sup> См., например: [www.thedigitalbeyond.com] и [www.digitaldeath.com].

<sup>5</sup> Например, проект Рэндалла Монро «What if» подсчитал, когда количество «мертвых» страниц в Facebook превысит количество «живых»: [https://what-if.xkcd.com/69/] (русский перевод статьи: [https://chtoes.li/facebook-of-the-dead/]).

<sup>6</sup> См.: [https://www.buro247.ru/technology/life-hacking/15-feb-2017-digital-death.html].

<sup>7</sup> Например, о социальной функции мемориализации внезапной смерти (как единичной, так и массовой) рассказывает антрополог А. Соколова: [https://postnauka.ru/video/41680].

<sup>8</sup> Подробный обзор литературы на эту тему мог бы растянуться на многие страницы, поэтому мы лишь упомянем несколько работ, не претендуя на полноту списка: *Ассман А. Длинная тень прошлого. Мемориальная культура и историческая политика*. М.: Новое литературное обозрение, 2014; Zerubavel, E. (2003) *Time Maps: Collective Memory and the Social Shape of the Past*. University of Chicago Press; Radstone, R., Hodgkin, K. (eds.) (2006) *Memory Cultures: Memory, Subjectivity, and Recognition*. London: Transaction Publishers; Neiger, M., Meyers, O., Zandberg, E. (eds.) (2011) *On Media Memory: Collective Memory in a New Media Age*. NY: Palgrave Macmillan; Carterer, M. *Cultural Aspects of Death and Dying* [http://www.dimensionsofculture.com/2010/11/cultural-aspects-of-death-and-dying/].

<sup>9</sup> См.: [http://www.levada.ru/2015/06/29/ubrat-iz-druzej].

<sup>10</sup> Пресс-секретарь Вконтакте Георгий Лобушкин говорил об этих функциях: «Родственники или друзья покойного вправе выбрать, как им поступить со страницей своего умершего близкого – из неё можно сделать виртуальный памятник или навсегда удалить. В первом случае мы „консервируем страницу“, оставляя на ней весь контент, который был опубликован при жизни хозяина, и меняем настройки приватности страницы. Это значит, что теперь на эту страницу невозможно будет отправить приглашение в друзья, прокомментировать фото и посты на стене, а также нельзя будет оставить какую-либо публичную надпись. Страница покойного продолжает существовать с теми постами и снимками, которые добавил на неё он сам. Доступы к странице (логин и пароль) мы никогда не передаём ни родственникам, ни друзьям покойного. Второй вариант – удаление страницы навсегда» [http://www.aif.ru/society/web/virtualnye\_kladbishcha\_chno\_proishodit\_s\_akkauntami\_posle\_smerti\_ih\_hozyaev\_].

назначить ей «хранителя», который будет заниматься ее администрированием после смерти владельца<sup>11</sup>.

### **Задачи и гипотезы**

В нашем исследовании мы стремились определить, как интернет-пользователи, имеющие (или имевшие) в «друзьях» страницы мертвых людей, взаимодействуют с ними и какие практики такого взаимодействия наблюдают на их примерах, а также понять, как опыт столкновения пользователей с феноменом *digital death* влияет на их мысли о собственном цифровом наследстве.

Мы предположили, что напоминание о смерти в социальных сетях, которые люди используют для общения или развлечения, может вызывать дискомфорт, так как в привычном нам «оффлайн» мире смерти и памяти об умерших, как правило, отведено отдельное пространство (в первую очередь, кладбища), и человек, направляясь туда, заранее готов столкнуться со смертью, в то время как в интернете такое столкновение часто случайно и нежелательно. С другой стороны, мы подумали о том, что традиционные практики горевания (поход на кладбище) для многих людей заменяются новыми, связанными с онлайн-пространством; так возникла гипотеза о том, что на «мертвые» страницы заходят и оставляют записи в знак памяти об умершем пользователе, а происходит это чаще всего в какие-то знаменательные даты (в день смерти или день рождения, напоминание о котором часто приходит в социальных сетях).

---

<sup>11</sup> Более подробно о политике *Facebook* в отношении мертвых страниц, а также о других вопросах, связанных с «цифровым бессмертием» пишет Илья Стечкин в статье «Смерть as-a-Service – бизнес на цифровой смерти» [<http://www.cossa.ru/234/175653/>].

## **Конец ознакомительного фрагмента.**

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.