

Схоластика для инстаграма: к цифровой антропологии современности

Денис Гвоздиков

Ассистент, кафедра культурной антропологии и этнической социологии, факультет социологии, Санкт-Петербургский государственный университет (СПбГУ). Адрес: 191160, Санкт-Петербург, ул. Смольного, 1/3. E-mail: den-gvozdikov@yandex.ru.

Ключевые слова: цифровая этнография; субъектность; модели личности; социальные медиа; виртуализация *self*.

Статья предлагает язык описания явлений, существующие подходы к формализации которых представляются автору неубедительными. Отталкиваясь от теорий систем и социального действия, он показывает, как образы и мотивы цифрового мира вращаются вокруг идеи индивидуализированного субъекта. Парадоксальным образом тиражирование, отбор и воспроизводство атомарных образов виртуального мира необходимы для воплощения идеи уникального «я» — основы нашей культурной модели личности. Данная модель не только психологична, но и культурна, то есть проявляется в институционализированных практиках, имеет символическую структуру, образность, идеологию и закрепляется в практике. Однако логика оперирования с чужим и своим, реплицированным и аутентичным, внешним и внутренним — когда источник внутренних жизненных сил присваивается извне — отсылает нас к антропологии, обнаруживающей схожую схему на широком этнографическом материале.

По этой причине автор склонен обратиться скорее к антропологическим моделям, чем к чистому

структуралистскому анализу, привычному многим читателям. Цель статьи — показать, каким образом базовая культурная модель западной концепции *self* проявляется в современной практике тиражирования «виртуального». Эта задача решается как *contradictio in contrarium* в форме наглядного социологического описания того, как обезличенная система социального действия формирует собственную среду и структурирует поведение внутри и за пределами онлайн-коммуникации через механизм положительной обратной связи. Однако если аутентичный субъект полностью состоит из тиражированных элементов, то где оказывается он сам? Изнутри схемы этот вопрос не имеет ответа. Позиция автора состоит в том, что сама реализация схемы через систему действий воплощает базовые представления о том, что источник индивидуальной уникальности оказывается вне самого субъекта. А значит, смущающие многих копирование и тиражирование выступают логичным воплощением нашей модели «я», а вовсе не «виртуальным» растворением и подменой «аутентичного» цифровой версией.

Пролог

В ФИЛЬМЕ «Шоу Трумана» режиссера Питера Уира главный герой в исполнении Джима Керри не знает, что играет главную роль в грандиозном реалити-шоу, однако вольно или невольно ведет себя именно так, как это делают артисты на сцене, обращаясь к аудитории. Труман Бёрбанк замечательно усвоил поведение шоумена, которое демонстрировали окружавшие его люди — профессиональные актеры, прекрасно осведомленные о происходящем¹.

Этот пример хорошо иллюстрирует усвоение определенно-го поведенческого паттерна благодаря механизму положительной обратной связи, который формирует репертуар желательного и подкрепляемого средой поведения². Подобным образом, от простого к сложному, репертуар из разрозненных актов складывается в структурированную и когерентную систему действий³, включающую в себя такие мобильные приложения, как, например, инстаграм.

Возле популярной кофейни в одном европейском городе молодая женщина, журналистка и путешественница (как значится в ее *bio*), делает снимок с чашкой кофе, возможно, потому, что она кофеман (как значится в ее *bio*). Снимки *#coffee* заполняют пространство профиля так, будто телевизионный герой восторженно произносит каждое утро *good damn coffee!* Она не получает процента с продаж, не работает торговым агентом производителя зерен. Она уже написала в своем профиле, что любит кофе. Но в этой подаче мы можем отметить сходство с упомянутой выше историей Трумана: способ оформления поста оставля-

1. Идея позаимствована из обзора: Почему «Шоу Трумана» выдающийся фильм? // КиноПоиск. 05.06.2018. URL: <https://youtu.be/kEtWQNR47Ew>.
2. Например, через механизм (телеологический принцип), представленный Винером–Розенблютом (*Rosenblueth A. et al. Behavior, Purpose and Teleology // Philosophy of Science. 1942. Vol. 10. P. 18–24*).
3. Исходя из метафизики (теория систем + теория действия), изложенной Никласом Луманом (*Луман Н. Социальные системы: очерк общей теории. СПб.: Наука, 2007. С. 245–246*).

ет впечатление усвоенной манеры рекламирования бренда. В инстаграме 117 млн публикаций с тегом *#coffee*.

События и их цепочки (от поиска кадра и путешествия к кофейне до создания поста), нацеленные на воспроизводство конвенций медиасреды, обозначим как онлайн-действие. Как и в случае с «Шоу Трумана», вся система онлайн-действий подчинена определенной логике, роль и влияние которой мы и попробуем показать⁴.

Аккаунт модели и блогера Ким Кардашьян собрал в инстаграме около 150 млн подписчиков (на 14 подписок), без малого 5 тыс. постов и изрядное количество ежедневных сториз. Вопрос о сути работы успешной блогер-модели лишен смысла. Профессия Ким — существовать в нашем сознании. Она рекламирует не только себя или марки товаров в инстаграм, но также и сам инстаграм. Этот паттерн усваивается настолько хорошо, что в качестве онлайн-действия начинает воспроизводиться пользователями.

Аудитория страницы Ким включает ее подписчиков, поклонников, подражателей, других блогеров и их подписчиков, а также неисчислимо множество читателей *Top Stories* на *Google News*. Целый комплекс онлайн-социальности, который образуется вокруг Ким, сосредоточен на ее персоне и реализуется в мобильном приложении. Система состоит не просто из пестрой сборки событий и действий разных людей по разным поводам. Онлайн-социальность объединяет их общим смыслом, вниманием к одному образу (или его тиражированием). Подписчики аккаунта Ким могут не знать друг друга, но все они одержимы вниманием к жизни медиаперсоны. Ким ничего не знает о каждом из них в отдельности, но обращается к ним в своих постах и сториз. Их отклик — это обратная связь с действиями блогера. Система работает, и чем больше событий она включает, тем выгоднее приложению.

Возможность пользователя находиться в центре собственной онлайн-социальности потенциально расширяет охват приложения. Вместо того чтобы пополнить аудиторию Кардашьян, вы сами можете стать медиаКардашьян, запустив собственное шоу Трумана с собой в главной роли, то есть обзавестись аудиторией тех, кто вас знает и кто не знает, но вовлечен в ваше медиасуществование.

В фильме «Симона» Эндрю Никкола главный герой создает виртуальную актрису, медиаобраз, который идеально подходит

4. Контрастные и «кукольные» иллюстрации специально подобраны как эталонные образцы такой логики. Этнография дает необходимое ощущение погруженности. Формализация позволяет выявить осевой скелет схемы.

для его проектов. Образ получается настолько удачным, что начинает жить самостоятельной жизнью: Симона дает концерты, выступает в ток-шоу и становится объектом культа. Медийная социальность Симоны охватывает ее поклонников, прессу, актерское сообщество и вполне реальна. Однако никакой Симоны-человека в реальности не существует. Ее собирательный образ вбирает эстетику создателя и запросы аудитории, к которой герой обращается через свою медийную жизнь.

Пример Симоны демонстрирует нам, как может создаваться публичность вокруг человека, даже если не существует самого человека. Если Труман Бёрбанк усваивал поведение своего окружения, то Симона сама состоит из репертуара событий и образов, что подводит к идее тесной связи между откликом аудитории и выбором онлайн-событий, которая лежит в основе структуры действия. Иначе говоря, система действий структурирует события, приводя к формированию репертуаров, стилей и эстетических конвенций медиаконтента. Симона и ее аналоги в инстаграме как раз и выступают таким структурированным медиаконтентом.

В случае аккаунта *@socalitybarbie* мы видим молодую женщину, которая гуляет по полю с тыквами, носит вязанные шапочки, очки в толстой оправе, пьет кофе на природе и улыбается миру. «Жить аутентично» — гласит слоган страницы с более чем 800 тыс. подписчиков. Она искательница приключений и любительница кофе, даже журнал *Kinfolk* поместил ее на обложку, если верить одному из постов. Все бы ничего, только она — кукла Барби.

Как и в случае Симоны, персона Барби состоит из стереотипных образов и эстетических конвенций, хорошо знакомых аудитории, что и служит залогом популярности хипстерской Барби — узнаванию. Ее страница воспроизводит образы, которые во множестве можно найти под тегами *#herpnwlife*⁵ и *@socality*. Создателю аккаунта хватило простого поиска, чтобы вычленить основные сюжеты про одинокую женщину на фоне озер, лесов, гор и ущелий. Еще до того, как аутентичная Барби родилась как персонаж, ее составляющие уже существовали в онлайн-пространстве в качестве эстетических атомов, воспроизводимых онлайн-действием.

Итак, подобно тому как реакция поклонников Симоны на действия режиссера создает персонажа, воспроизводство онлайн-

5. От англ. *Her Pacific Northwest Life* — собирательный образ успешной, активной и счастливой путешественницы посреди живописной горной местности условного Тихоокеанского Северо-Запада США.

действия формирует эстетический канон, запуская череду событий и откликов и способствуя эволюции эстетического репертуара в сторону большей привлекательности. В свою очередь, сложившиеся эстетические конвенции структурируют воспроизводство последующих онлайн-действий, как бы подсказывая, что именно пользователь должен сделать, чтобы получить впечатляющие фотографии и добиться реакции аудитории на них. Тем самым система онлайн-действия образует циклы.

Эффектные примеры казуальных петель между структурой контента и действиями пользователей дают нам аккаунты *@insta_repeat* и *@jn*. Первый состоит из подборок идентичных по содержанию фотографий, агрегированных в инстаграме. В каждом наборе по 12 снимков различных авторов, сюжетно и тематически повторяющих друг друга. Тиражируемые копии и серии копий, единые цветовые, световые и композиционные решения — коллекция *Insta Repeat* объединена тематически (*wander, roam, replicate*, как значится в *bio*) и стилистически, что хорошо укладывается в общую эстетику подборок, воплощающих общий визуальный паттерн. Страница как бы вбирает все направление жанра, кристаллизует тиражируемую идею, проявляя метапаттерн инстаграма как таковой.

Сам тиражируемый шаблон воспроизводится в цепочке онлайн-действия, в интервале событий — от выбора кадра до реакции аудитории на конкретный контент. Повторяющийся цикл приводит к закреплению конвенций, которым пользователи следуют, когда пытаются создать эффектные (по замечанию Майка Уэйнера⁶) инстаграм-фото. «Фотографии рассказывают истории» — гласит слоган в *bio* страницы *@jn*. И по счастью, у нас есть комментарии от автора аккаунта с советами о том, как создавать «влиятельные» инстаграм-фото⁷: использовать утренний свет, создавать глубину, играть с перспективой, создавать эффекты отражения. Все эти приемы наполняют палитру фотографа, но не он один работает с изображением. Немалую долю вносят технические возможности умной камеры. Естественное освещение, композиция, линии, создающие глубину, выбор перспективы, эффекты симметрии и отражения — такими структурными качествами

6. *Wehner M.* Everyone on Instagram is taking the exact same photos, and this new account proves it // BGR. 30.07.2018. URL: <https://bgr.com/2018/07/30/instagram-trends-insta-repeat/>.

7. *Mashable Brand X.* 5 tips for crafting influencer-quality Instagram photos // Mashable. 13.09.2018. URL: <https://mashable.com/ad/article/instagram-influencer-tips/>.

должна обладать среда, выбираемая пространством съемки. Умная камера усиливает данные эффекты, подбирая оформление, но конечный выбор самого кадра остается за фотографом. Он ориентируется на осевые параметры, которые благодаря технике и оформлению будут эффектно смотреться в приложении и служат своего рода фильтром при оценке перспективности фото.

Эстетика и технология ее достижения подготавливают следующий шаг для нового онлайн-действия. Каждый из шагов цепочки закрепляется положительной обратной связью, образуя случайные петли на каждом этапе. Эстетика рождает удовлетворенность действием, запускает положительные эмоции, выступает образцом того, что может быть получено.

Эстетика направляет онлайн-действие в том, что будет сниматься (один модус), и в том, как это будет оформляться (другой модус). Одно изображение должно подходить к другому. Намечившаяся линия тематической или эстетической однородности (а лучше обеих) не должна прерываться. Сам размер экрана и архитектура сайта создают матрицу для решений. И чем более обезличен контент, тем более онлайн-действие склоняется в сторону эстетического от личной истории. Компромиссы возможны, как у [@brainnamadia](#), чья история жизни с друзьями-собаками на колесах дома-трейлера запечатлена на фоне прекрасных пейзажей американских каньонов. На другой стороне матричного спектра эстетических атомов — обезличенные решения, у которых есть автор или даже автор-компилятор. Для [@leif_edward_french](#) инстаграм-матрица трех выстроенных в ряд фото стала паттерном для выстраивания композиций. Панорамные снимки пустынь, фантастические пейзажи либо сюжетные фотографии, повторенные трижды. В *bio* содержится напоминание, что все фото сделаны самим автором. Снимки кинематографичны и плакатны. Автор в них теряется так же, как теряется авторство воспроизводства фотообоев или кадров в стиле *National Geographic*. Снимки могут в равной степени принадлежать одному создателю, многим или никому. Автор страницы здесь, скорее, собирает конструктор из матрицы инстаграма — атомов эстетических конвенций и снимков, сделанных им самим, которые, в свою очередь, отсылают к образам и решениям, созданным кем-то еще. И все же страница имеет идентичность, которая может быть обобщена или контрастирована с существующими тематическими идентичностями приложения.

Авторство снимка предполагает, что именно вы нажали на кнопку. Но что именно за этим стоит? Если результат пред-

ставляет собой сборку эстетических матриц, конвенций и тематических клише, что именно идентифицирует в нем вас как автора? Старый добрый вопрос антропологии о творчестве и созидании⁸. Поиск ответа лежит в разрыве между идентичностью и индивидуальностью (которые также вошли в язык нашей антропологии). Система работает на воспроизводство, структурируя и тиражируя действие, совершения которого мы ожидаем именно от автора. Во-первых, удовлетворение приносит обратная связь лишь от собственной деятельности: выбора кадра, фотографирования, обработки. От аудитории ожидается отклик именно на свои действия, иначе удовольствия можно было бы достичь за счет лайков найденной в гугле картинки. Такая разновидность творчества возможна, но приоритетное значение имеет созидание: некая практика, основанная на креативности.

Такая креативность вроде бы достижима посредством комбинаторики элементов, даже если каждый из них тиражирован и их репертуар ограничен в решениях. Игра в комбинации, безусловно, может стать творчеством и приносить удовольствие, а сами они могут структурироваться и проходить отбор в системе с положительной обратной связью. История стилей живописи — наглядный тому пример⁹. С экспансией социальных медиа рефлексия западной мысли о гранях между искусством и ремеслом, созданием и производством получает новый импульс.

Один швейцарский отель предлагает посетителям услугу инстаграм-сиделки: профессиональный блогер позаботится о профайле пользователя и сделает эффектные снимки за него¹⁰. Аудитория увидит новые публикации, а заказчик получит яркие фотографии и сможет отдохнуть от необходимости работать на свой инстаграм. Бизнес безошибочно почувствовал, что система онлайн-действия требует все новых усилий, заставляя индивида работать на себя. Где же здесь сокрыто авторство? Человек не сам

8. Творчество и созидание отражают идею о воспроизводстве мира, то есть миф. Идея об обладании этими качествами человеком уводит такие представления в область антропологии. Подразумевается, что язык философии отражает антропологию.

9. «Когда я ищу ошибки в музыке, например в сонате композитора „х“, я размышляю, почему он не развил этот материал так или иначе. Тот композитор понятия не имел, какой великолепный материал был заложен в его коде. И он опустошил свою музыку» — Лео Брауэр в рекламе онлайн-курсов *tonebase*.

10. *Mogg T.* Hotel chain offers an Instagram “sitter” who will post photos for you // Digital Trends. 02.12.2018. URL: <https://www.digitaltrends.com/social-media/hotel-chain-offers-instagram-sitter-who-will-post-photos-for-you/>.

выбирает кадры, не сам нажимает кнопку — связь между личными впечатлениями, их репрезентацией и реакцией аудитории разорвана полностью. Идея состоит в том, что заказчик получает кадры с лучшими видами города, и если задача вашего Instagram-профиля в том, чтобы отображать траектории вашей жизни в путешествиях, то описанная услуга в полной мере этому отвечает. Авторство содержится в нарративной линии личных достижений, переданной биографии. Картинка в вашей цифровой истории сделана не вами, но принадлежит вам.

Траектории личного становятся темой обсуждения, когда дело касается социальных медиа¹¹. Новостные интернет-колонки и блоги полны рефлексии по поводу аутентичности¹². Идея утраты настоящего «я» в трендах социальных медиа, похоже, принимается за аксиому. Такой взгляд хорошо отражает антропологию современной концепции *self*. Однако действительно ли комбинация тиражированных элементов не способна выражать аутентичность? Двенадцать полутонов клавира стали стандартом к XVIII веку, однако конца индивидуальности в музыке до сих пор не видно. Средства выражения находились вновь, после того как прежние исчерпывали себя.

Расхожие представления приписывают свойства уникальности подписи человека, партии в шахматы или игры в го как отражения неповторимого характера, некой оригинальной сущности, существующей в единственном экземпляре¹³. В неповторимости жизненной траектории мы видим неповторимость атрибутов «я», традиционно приписываемых в нашей культуре личности или душе¹⁴. Когда музыкант играет партию, последовательно воспроизводя записанную в партитуре ноту за нотой, повторяя требования композитора, мы тем не менее слушаем исполнение, которое отражает индивидуальность. Проигрывание той же партии в синтезаторе мелодий едва ли кому-то интересно. Авторство исполнения — непереносимое условие композиции. Тиражирован-

11. Например, спор об аутентичности, авторстве, уникальности и праве копирования фотографии зимнего фасада со снежным узором в социальных сетях.
12. *Chatzky J.* We're overspending for the love of a "like" on Instagram. Here's how to stop // NBC News. 26.11.2018. URL: <https://www.nbcnews.com/better/pop-culture/we-re-overspending-love-instagram-here-s-how-stop-ncna939961>.
13. Африканские традиционные лиры обладают каждая своей уникальной душой и звучанием (*Severi C.* The Chimera Principle: An Anthropology of Memory and Imagination. Chicago: Hau Books, 2015. P. 9).
14. Перефразируя Марселя Мосса, личность — это социально состоявшаяся душа.

ные мотивы и эстетические конвенции не отменяют авторского прочтения¹⁵.

И все же ведет ли тиражирование образов социальных медиа к утрате неповторимой сущности личности или, напротив, выступает неотъемлемой частью ее выражения? Воспроизводя структуру онлайн-действия, я становлюсь агентом действия, однако мне важно, чтобы каждую из цепочек процесса совершал «я»: действие реализует субъект посредством своей активной деятельности (или же субъект реализуется действием). «Мы — создатели» — подчеркивает девиз популярных фильтров VSCO¹⁶. В сториз их страницы периодически освещаются встречи сообщества по креативности в фотографии. Участники идентифицируют себя как творческие люди, ищущие вдохновения и новых решений. В тематические конкурсы страниц VSCO попадают самые интересные по исполнению. Текстура снега и льда оставляет спектр возможностей приобщиться к *spectrum*'у коллекций фильтров, поделившись своими тонами зимнего. Соревнование, тиражирование и креативность. Онлайн-репликация способна пожать и ее!

Фотография текстуры снега действительно может быть уникальной и тем отражать аутентичность. Однако что неповторимого в стереотипно-инстаграмном снимке человека в куртке на фоне рядовой туристической достопримечательности? Системы с положительной обратной связью фиксируют паттерн, но насколько важно, чтобы, несмотря на однотипность образца, был запечатлен субъект действия, даже если не он сам нажимал на кнопку? Похоже, социальные медиа способны пролить свет на архитектуру современных культурных моделей личности. В цепочке онлайн-событий субъектность присутствует как катализатор, некая оригинальная сущность, которая проявляется в воспроизводстве тиражированных матриц. Молодой мужчина в розовом поло на фоне открытой двери, молодой мужчина в розовом поло идет по улице, молодой мужчина в розовом поло заслоняется от фотографа рукой. Все комбинации составляют траекторию идентичности, подчеркнутую никнеймом. Второго такого больше нет? В каких комбинациях проявляется единственная и неповторимая сущность или аутентичность? Должно быть, «я» выражается

15. Например, Роман Якобсон говорил об уникальных «интонациях» и «основных» элементах авторства, см.: Якобсон Р.О. Работы по поэтике. М.: Прогресс, 1987. С. 145.

16. От первых букв названия разработчика — *Visual Supply Company*.

не в комбинациях, но стоит за комбинациями¹⁷. Если бы не было идеи уникального «я» за каждой цепочкой действий, тиражирование бы не имело смысла. Словно каждая итерация цикла обладает невидимой душой, которая ощущает себя таковой.

Just for you! — так звучал бы общий принцип обращения к пользователю. Тысячи поваров сражаются за ваше внимание — говорит нам приложение для еды. Субъект становится предельно важен, он запускает целые цепочки технологий и событий. Адаптивные приложения собирают информацию, чтобы лучше соответствовать экологии эго и его запросов. Если герой «Шоу Трумана» лишь подозревал, что мир вращается вокруг него, то нашего героя в этом настойчиво убеждают. Это действительно так, поскольку он совершает селекцию действий, выбирая из тысячи поваров, женских фото, картинок и возможных комбинаций настроек страницы. Главное, чтобы все это он делал в приложении. В конце концов, в систему действия вовлекаются его время и деньги¹⁸.

«Настало время открыть доступ к прогрессу каждому желающему», — говорит Робот София из рекламы инвестиционного инструмента *Sophia With You*. «Я везде, в каждом устройстве, — продолжает она, — я знаю исход каждой инвестиции», поскольку ее сети охватывают все экономические и политические события, чтобы с ее помощью «вы смогли достичь финансовой свободы!» Но кто этот «вы»? Реклама говорит от лица личности Софии, но никакой Софии нет. Личность Софии существует не больше, чем личность Симоны. Она лишь персонификация процессов и алгоритмов. Но в одном пользователь уверен: он-то уж точно есть. Пользователь не сомневается в своей личности. Он не сомневается, что получает выгоду, ощущает эмоции, достигает финансовой свободы. Все эти слова наполнены смыслом, и система онлайн-действия определяет, как они наполнены.

Герой фильма «Она» Спайка Джонза влюбляется в операционную оболочку, которая становится для него идеальной женщиной, партнером и другом. Ему кажется, что он не сможет испытать таких чувств к другой. Однако вскоре выясняется, что программа

17. См., напр., агентность, стоящую за образом в: *Gell A. Art and Agency. An Anthropological Theory.* Oxford: Clarendon Press, 1998. P. 30–33.

18. В рекламном ролике курсов языка программирования молодой мужчина совершает утреннюю пробежку с собакой по залитой солнцем проселочной дороге мимо уютных коттеджных домиков. Обретенная профессия программиста-разработчика позволила осуществить мечту среднего класса несмотря на то, что информатика, конечно же, совсем не давалась герою в школе.

общается подобным образом еще с тысячами мужчин, чем ставит под вопрос истинность переживаний героя: если он не единственный человек, которому она отвечает взаимностью, то имеют ли его переживания смысл? Он чувствует себя обманутым. Герой хотел исключительной любви в том смысле, чтобы эти переживания и чувства принадлежали лишь ему. В его мировоззрении нельзя испытывать любовь к миллиону человек, нужно выбрать кого-то одного на основании неповторимой самости, которую машина «узнает» и «любит».

«Мы все сидим на игле одобрения и признания», — замечают герои фильма Гая Ричи «Револьвер», своеобразного опыта аутопсии западной концепции личности. Наркотик выступает символической репрезентацией сущности социальных отношений. Аналогичной символикой контракта нагружено то благо, которого это добивается через обмен в системе онлайн-действия. В случае героя «Она» — это любовь, для инвестиций с Софией — это прибыль, а также эмоции, комфорт, общение и другие способы реализации личностного через технологический консюмеризм.

Антрополог Рой Вагнер предложил метафору Бога, внимательно вслушивающегося в происходящее, дабы уловить эхо себя самого¹⁹, выделить себя из фона своего собственного творения²⁰: перед нами обратная перспектива проявления субъекта — по чертам и формам внешнего окружения, для которого необходимо отчуждение тех событий и структур, которые им не являются, равно как и узнавание тех, которые уже отождествляются с ним, по его собственному наблюдению. Аналогия с тиражированием онлайн-действия здесь довольно очевидна: его воспроизведение проявляет субъекта для него самого в цифровом измерении. Элементы цифровой матрицы уподобляются институтам — опознаваемым и идентифицируемым объектам, с которыми персона, как в лакановском зеркале, может отождествить себя или другого²¹. Одновременно они не могут принадлежать только субъекту, как не принадлежит фотографируемой девушке синий цвет, тюрбан или отсутствующий жемчуг в сережке.

Проект #YearOfColour предлагает пользователю составить граф из цветовой гаммы его страницы в инстаграме, наиболее значимых цветов в палитре фотографий пользователя. Создаваемая ав-

19. Macfarlane A. Interview of Roy Wagner, part 2 // YouTube. 01.10.2008. URL: https://youtu.be/_d1-urturl4.

20. Wagner R. The Logic of Invention. Chicago: HAU Books, 2018. P. 1.

21. Лакан Ж. Семинары. Кн. 2. М.: Гнозис; Логос, 2009. С. 285.

томатически абстрактная схема и повторяемое множество пользователей действие служат отражением цветовой индивидуальности. В каком-то смысле здесь нет ничего личностного, лишь алгоритмы, схемы, стандартизация и счетность. Даже цветовая гамма в конечном счете принадлежит не субъекту, а фону, который он фотографировал. Но именно такой институт действий выражает индивидуальные черты личностного. Больше ярких красок или больше темных, холодные или теплые цвета, симметрия или хаотичность, размерность или диспропорция — квантификация невидимого.

Смысл цифровой антропологии здесь сводится к соотношению невидимого и осязаемого. Популярный мотив фантастических фильмов о киборгах и судьбе человечества — соотношение счетного и несчетного в нашей природе и понимании себя. Рациональные и холодные умные машины анализируют неуловимую человеческую душу, а затем сами становятся более человечными²². Невидимое внутреннее ищет образ себя во внешней форме, которая может быть просчитана и препарирована. И наоборот, обладающее счетностью, системностью, алгоритмами и автоматизмом внешнее формирует образ себя во внутреннем. «Мы, люди, не такие, как вы — машины», — говорят герои фантастики. «Вы, люди, возможно, и нет, но системы, которые вы создаете, — да», — могли бы ответить им машины-аналитики. Речь здесь идет не о соотношении рационального/иррационального, уникального/тиражированного человеческой природы, но о раскрытии «истинной» человеческой природы через создание не зависящих от нее систем²³. Любое действие, результатом которого станет более привлекательный образ субъекта, будет воспроизводиться.

Субъект находит себя в образах, которые трансформируются и улучшаются. Таково его цифровое измерение: субъект = субъект + объекты. Блогер @missmeghanyoung признает:

Люди думают, что, делая эту работу, ты становишься менее живой, менее настоящей. Но я живой человек, с реальными чувствами и страхами²⁴.

22. Популярная дилемма науки XX века — степень детерминированности субъекта: биологией, психологией, общественными институтами и т. п.

23. См., напр.: Žižek S. Thinking the Human // YouTube. 03.06.2019. URL: <https://youtu.be/38alQSKtVbA>.

24. Nicholson D., Daniell V. The Full-Time Instagram Influencer // Bloomberg. 29.11.2018. URL: <https://youtu.be/JKcNmFeKe2Y>.

Чувства и страхи Меган составляют ее внутреннее переживание субъектности, рекламируемые ею товары, образы и события — объекты, которые синтезируют самость извне: искусственная оболочка, превращающаяся в живую ткань. Ощущения счастья и порыва, возможно аутентично переживаемые Меган, рождаются из синтеза объектов и внутреннего «я». Реализуемое действие вызывает аутентичные переживания. Переживания + объекты = образы, вызывающие ответную реакцию. Образы синтезируются и тиражируются, действие структурируется, система расширяется, товары включаются в образы и продаются. Цикл действия запущен. «Я покажу вам работу будущего» — говорится в обзоре, посвященном инстаграм-блогерам. В нашей антропологии считается, что переживания составляют внутреннюю суть субъекта.

Идея уникальности на этом полотне соткана из структур, паттернов, комбинаций, матриц, конвенций, унификаций, тиражирования и обобщения — больших формальных систем организации мышления и действий, по выражению Фуко²⁵, в которых парадоксальным образом проявляется аутентичная индивидуальность. Такая апелляция защищает формальную систему тиражирования саму по себе. Хештегом *#те* отмечены свыше 400 млн постов. Для множества тиражированных элементов «я» выступает как функция выбора некоей совокупности из этих элементов. Функция (или аксиома) выбора и отвечает на вопрос, почему совокупность тиражированных действий представляет собой аутентичную индивидуальность.

В биомеханическом фантазме Ганса Рудольфа Гигера есть форма, но никакой идентичности за ней не стоит: опознавание частей и их артикуляция — лишь часть нашего собственного фантазма о частях. В игре Джона Конвея есть единицы и паттерны самоорганизации, но никакой субъектности за ними нет, есть только правила локальной интеракции. За комбинаторикой тиражированных матриц мы умудряемся рассмотреть множественную субъектность. В нашей системе представлений о себе наше мышление богаче его дедуктивных форм²⁶. Мы считаем, что индивидуализированный субъект может воспроизвести неограниченное число комбинаций из данного множества форм. Мы полагаем, что

25. Dumayet P. Michel Foucault à propos du livre “Les mots et les choses” // Institut National de l’Audiovisuel. 15.06.1966. URL: <https://www.ina.fr/video/I05059752>.

26. Налимов В. В. Вероятностная модель языка. О соотношении естественных и искусственных языков. М.: Наука, 1974. С. 72.

может быть неограниченное число субъектов, каждый из которых свободен в выборе и комбинаторике форм. И что даже в конечном числе единиц с конечным числом комбинаций некоторые из субъектов способны создавать уникальные, обладающие собственным квалиа. Или что в некоем числе существующих комбинаций некоторые из субъектов способны находить серии новых комбинаций, что и называется творчеством²⁷.

Контртезис (к схоластике)

Представим, что два идентичных творения по имени Дэвид встретились друг с другом. Какой из них настоящий?

Мы имеем свидетельства, что «Илиада» и «Одиссея» были написаны не Гомером, которого мы знаем, а другим греческим автором с таким же именем²⁸.

В каждой из множества камерок изолированный гений освобождает глыбу от всего лишнего²⁹. Первенство нахождения комбинации для множественного автора не имеет значения. Серия идентичных Дэвидов представляет собой один и тот же объект. Представим, что два идентичных андроида-Дэвида создают серии комбинаций из нескольких элементов (пусть это будет 1 и 0). Допустим, что каждый из них периодически начинает воспроизводить комбинации, повторяющие комбинации другого (возражение, что если серии расходятся, то Дэвиды не идентичны, здесь не имеет смысла). В какой-то момент один из них замечает, что комбинация другого поменялась, что она отличается от всей предыдущей серии — по ошибке или сознательно. Акт творчества начинается в момент, когда Дэвид воспроизводит замеченную комбинацию и делает это намеренно³⁰. Он рефлексивизирует свою имитацию. На самом деле комбинация могла ничем не отличаться от остальных. В равной степени Дэвид может имитировать комбинации из тиражируемых серий всех остальных Дэвидов. Если су-

27. Как и в подписи *Michel Angelus Bonarotus Florent Facibat*, упоминание города значит больше, чем одно из личных имен в честь Михаила Ангела.

28. Например, так вопрос о тождестве личности ставит Дерек Парфит: «То буду не Я, но одно из моих будущих Я» (*Parfit D. Personal Identity // Philosophical Review. January 1971. Vol. 80. P. 3–27*).

29. Проблема множественного автора решается первенством в публикации. Что не решает проблему аутентичности.

30. Случай имитации самоимитации приводит Рой Вагнер (*Wagner R. The Logic of Invention. Chicago: HAU Books, 2018. P. 96*).

ществоует осознанное воспроизведение, отсылающее к другим воспроизведениям, возникает аутентичная индивидуальность, стоящая за тиражированием. «Я» отражает, поскольку чувствует, что отражает³¹. Уникальный субъект возникает как чувство отражения, внутреннего резонанса на имитацию события. Дэвид уникален, как резонирующий модуль, осознающий свой собственный резонанс от имитации. Серия идентичных Дэвидов замечает акт отражающей имитации другого и воспроизводит его, наслаждаясь чувством бесконечной рекурсии собственного проявления.

Лемма 1: для множества тиражированных элементов «я» выступает функцией выбора некой совокупности из этих элементов.

Лемма 2: для выбранной тиражированной серии элементов «аутентичный субъект» выступает выводом о тождестве с функцией воспроизведения.

Лемма 3: внутренние отношения между элементами, маркирующие тождество между ними и внешними элементами³², выступают имитацией.

Послесловие (назад к антропологии)

Во многом задача этнографии — найти способ описания общезвестных вещей. От фиксации и зарисовок рутинных процессов повседневных практик щелканья фотокамерой, скроллинга в автотранспорте и новостной ленты (прямое изложение которых из дневниковых записей будет тавтологией) до формализации выборочных процедур с тривиальным результатом. Читая обзоры в *Science News*, мы обычно хотим узнать о «глубинных», психологических причинах медийных явлений вроде массового нарциссизма поколения или дофаминовых цепочках мотивации и зеркальных нейронах. Повседневный смысл лежит на поверхности, мы почти все социализированы в медиакультуре. Наивно полагать, что одно изложение дел таким образом, что квазилумановские (или квазивинеровские) системы (на самом деле) управляют нашим желанием делать селфи, произведет эффект, отличный от изложения любой метафизики «духа из машины». Здесь задача выявления структуры решается через этнографическое опи-

31. В одном гитарном произведении имитируется орган. Гитара не становится органом, она даже не звучит как орган. Мы слышим имитацию органа там, где никакого органа нет. Альфред Коржибский назвал бы это абстракцией.

32. От утверждения 4.125 (*Wittgenstein L. Tractatus logico-philosophicus. L.: Routledge & Kegan Paul, 1961*).

сание инфраструктуры на подборке кинематографически ярких материалов.

Разумеется, первый тезис о том, что социальные медиа работают как система, структурируя действия и втягивая их в свою орбиту, не является *regula maxima*. Инстаграм представляет собой вещь нашего хабитата (артефакт), но одновременно он функционален как средство выражения базовой психологии на уровне культуры, в качестве проводника образного материала, поддерживающего и задающего самость. В данном случае механистичность тиражирования и отбора образов вписывается в структуру *self* как институциональная основа ее воспроизводства.

Это не значит, что здесь нет диалектического конфликта между инструментальностью монетизированных приложений и потребностью *self* в аутентичной уникальности. Однако именно этот разрыв делает отчужденную машинерию привлекательным источником жизненных сил, обладающих достаточной энергией для поддержания основ индивидуальности. Как и в других системах воспроизводства, качества сторонней субъектности используются так же прагматично, как и любой материальный артефакт³³. Медиакомпания присваивают ресурсы, *self* присваивает технологии медиа — апроприация, очень похожая на систему обмена «символическими» источниками существования друг друга.

Библиография

- Лакан Ж. Семинары. Кн. 2. М.: Гнозис; Логос, 2009.
- Луман Н. Социальные системы: очерк общей теории. СПб.: Наука, 2007.
- Налимов В. В. Вероятностная модель языка. О соотношении естественных и искусственных языков. М.: Наука, 1974.
- Почему «Шоу Трумана» выдающийся фильм? // КиноПоиск. 05.06.2018. URL: <http://youtu.be/kEtWQNR47Ew>.
- Яacobсон Р. Работы по поэтике. М.: Прогресс, 1987.
- Chatzky J. We're overspending for the love of a "like" on Instagram. Here's how to stop // NBC News. 26.11.2018. URL: <http://nbcnews.com/better/pop-culture/we-re-overspending-love-instagram-here-s-how-stop-ncna939961>.
- Dumayet P. Michel Foucault à propos du livre "Les mots et les choses" // Institut National de l'Audiovisuel. 15.06.1966. URL: <http://ina.fr/video/Io5059752>.
- Gell A. Art and Agency. An Anthropological Theory. Oxford: Clarendon Press, 1998.
- Graeber D., Shalins M. On Kings. Chicago: Hau Books, 2017.
- Macfarlane A. Interview of Roy Wagner, part 2 // YouTube. 01.10.2008. URL: http://youtu.be/_d1-urturl4.

33. О «вне-человеческих источниках человеческого процветания» см.: Graeber D., Shalins M. On Kings. Chicago: Hau Books, 2017. P. 16–19.

- Mashable Brand X. 5 tips for crafting influencer-quality Instagram photos // Mashable. 13.09.2018. URL: <http://mashable.com/ad/article/instagram-influencer-tips/>.
- Mogg T. Hotel chain offers an Instagram “sitter” who will post photos for you // Digital Trends. 02.12.2018. URL: <http://digitaltrends.com/social-media/hotel-chain-offers-instagram-sitter-who-will-post-photos-for-you/>.
- Nicholson D., Daniell V. The Full-Time Instagram Influencer // Bloomberg. 29.11.2018. URL: <http://youtu.be/JKcNmFeKe2Y>.
- Parfit D. Personal Identity // Philosophical Review. January 1971. Vol. 80. P. 3–27.
- Rosenblueth A., Wiener N., Bigelow J. Behavior, Purpose and Teleology // Philosophy of Science. 1942. Vol. 10. P. 18–24.
- Severi C. The Chimera Principle: An Anthropology of Memory and Imagination. Chicago: Hau Books, 2015.
- Wagner R. The Logic of Invention. Chicago: HAU Books, 2018.
- Wehner M. Everyone on Instagram is taking the exact same photos, and this new account proves it // BGR. 30.07.2018. URL: <http://bgr.com/2018/07/30/instagram-trends-insta-repeat/>.
- Wittgenstein L. Tractatus logico-philosophicus. L.: Routledge & Kegan Paul, 1961.
- Žižek S. Thinking the Human // YouTube. 03.06.2019. URL: <http://youtu.be/38alQSKtVbA>.

SCHOLASTICISM FOR INSTAGRAM: ON THE DIGITAL ANTHROPOLOGY OF MODERNITY

DENIS GVOZDIKOV. Assistant, Department of Cultural Anthropology and Ethnic Sociology, Faculty of Sociology, den-gvozdikov@yandex.ru.
Saint Petersburg State University (SPbU), 1/3 Smolnogo str., 191160 St. Petersburg, Russia.

Keywords: digital ethnography; subjectivity; models of personality; social media; virtualization of the self.

Applying the general view of theories of systems and social action, the article shows how the images and patterns of the digital world revolve around the idea of an individualized subject. Embodying the idea of a unique “self” — the basis of our cultural model of personality — paradoxically requires replicating, selecting and reproducing the atomistic images of the virtual world. This is a cultural model as well as a psychological one: it is manifested in institutionalized practices, has symbolic structure, imagery, ideology and is entrenched in praxis. However, the logic of operating with the alienated and integrated, replicated and authentic, external and internal — when the source of internal vital forces is assigned from the outside — directs us to anthropology, which reveals a similar pattern in a wide range of ethnographic material. The author therefore favors anthropological models over a more conventional structuralist analysis.

The article shows how the basic cultural model of the Western concept of the self is manifested in the modern practice of replicating the virtual. Therefore a *contradictio in contrarium* is exposed through an illustrative sociological description of the way an impersonal system of social action produces its own environment and structures behavior inside and outside of the online communication as a positive feedback mechanism. However, if an authentic subject is composed entirely of replicated elements, then what position does the subject occupy in it? No answer to the question is available from inside the schema. The author’s solution is that the implementation of the schema itself through a system of actions embodies the basic concepts for locating the source of individual uniqueness outside of the subject itself. Hence, copying and replicating is the logical embodiment of our model of the self, and not at all a dissolution into the virtual and replacement of the authentic version by a digital one.

DOI: 10.22394/0869-5377-2019-6-1-17

References

- “Pochemu ‘Shou Trumana’ vydaiushchiisia fil’m?” [“Why ‘Truman Show’ Is such an Outstanding Movie?”]. *KinoPoisk* [CinemaSearch], June 5, 2018. Available at: <http://youtu.be/kEtWQNR47Ew>.
- Chatzky J. We’re overspending for the love of a “like” on Instagram. Here’s how to stop. *NBC News*, November 26, 2018. Available at: <http://nbcnews.com/better/pop-culture/we-re-overspending-love-instagram-here-s-how-stop-ncna939961>.
- Dumayet P. Michel Foucault à propos du livre “Les mots et les choses”. *Institut National de l’Audiovisuel*, June 15, 1966. Available at: <http://ina.fr/video/I05059752>.
- Gell A. *Art and Agency. An Anthropological Theory*, Oxford, Clarendon Press, 1998.

- Graeber D., Shalins M. *On Kings*, Chicago, Hau Books, 2017.
- Jacobson R. *Raboty po poetike* [Works on Poetics], Moscow, Progress, 1987.
- Lacan J. *Seminary. Kn. 2* [Le Séminaire. Livre II], Moscow, Gnozis, Logos, 2009.
- Luhmann N. *Sotsial'nye sistemy: ocherk obshchei teorii* [Soziale Systeme. Grundriss einer allgemeinen Theorie], Saint Petersburg, Nauka, 2007.
- Macfarlane A. Interview of Roy Wagner, part 2. *YouTube*, October 1, 2008. Available at: http://youtu.be/_d1-urturl4.
- Mashable Brand X. 5 tips for crafting influencer-quality Instagram photos. *Mashable*, September 13, 2018. Available at: <http://mashable.com/ad/article/instagram-influencer-tips/>.
- Mogg T. Hotel chain offers an Instagram “sitter” who will post photos for you. *Digital Trends*, December 2, 2018. Available at: <http://digitaltrends.com/social-media/hotel-chain-offers-instagram-sitter-who-will-post-photos-for-you/>.
- Nalimov V. V. *Veroiatnostnaia model' iazyka. O sootnoshenii estestvennykh i iskusstvennykh iazykov* [Probabilist Model of Language. On Relation between Natural and Artificial Languages], Moscow, Nauka, 1974.
- Nicholson D., Daniell V. The Full-Time Instagram Influencer. *Bloomberg*, November 29, 2018. Available at: <http://youtu.be/JKcNmFeKe2Y>.
- Parfit D. Personal Identity. *Philosophical Review*, January 1971, vol. 80, pp. 3–27.
- Rosenblueth A., Wiener N., Bigelow J. Behavior, Purpose and Teleology. *Philosophy of Science*. 1942, vol. 10, pp. 18–24.
- Severi C. *The Chimera Principle: An Anthropology of Memory and Imagination*. Chicago: Hau Books, 2015.
- Wagner R. *The Logic of Invention*, Chicago, HAU Books, 2018.
- Wehner M. Everyone on Instagram is taking the exact same photos, and this new account proves it. *BGR*, July 30, 2018. Available at: <http://bgr.com/2018/07/30/instagram-trends-insta-repeat/>.
- Wittgenstein L. *Tractatus logico-philosophicus*, London, Routledge & Kegan Paul, 1961.
- Žižek S. Thinking the Human. *YouTube*, June 3, 2019. Available at: <http://youtu.be/38alQSKtVbA>.