

КОЛЛАБОРАТИВНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ

ОТ ИЗБЫТОЧНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ – К УСТОЙЧИВОМУ:
ФЕНОМЕН ОНЛАЙН-ДАРООБМЕНА¹

Е. В. Полухина, А. В. Стрельникова

В статье рассматривается феномен сообществ онлайн-дарообмена — интернет-ресурсов, где участники обмениваются или делятся на безвозмездной основе предметами повседневного спроса (книгами, детскими товарами, одеждой, украшениями, посудой) и другими вещами. Авторы статьи проводят дескриптивный анализ онлайн-дарообмена, исследуют причины, структуру и последствия этого прогрессирующего явления.

Ключевые слова: дарообмен, интернет-сообщество, потребление, неформальная экономика, доверие, перераспределение ресурсов.

FROM OVERCONSUMPTION TO SUSTAINABLE CONSUMPTION:
ONLINE GIVEAWAY COMMUNITIES

E. Polukhina, A. Strelnikova

The article focuses on the phenomenon of online giveaway communities. These are the Internet communities by means of which participants can share or exchange consumer goods (books, baby stuff, clothes, jewelry, dishes among other things) free of charge. The authors carry out a descriptive analysis (netnography) of several online giveaway communities in Russia investigating the practices and reasons for exchange as well as structure and consequences of this phenomenon in Russia.

Key words: giveaway, Internet community, consumption, informal economy, trust, redistribution of resources

I've been shopping all my life and still have nothing to wear²

[Текст на футболке женщины-инструктора по фитнесу, г. Москва, 2013 г.]

Be simple³

[Текст на футболке европейского мужчины-туриста, остров Крит, Греция, 2013 г.]

Взаимодействие посредством вещей: между материализмом и постматериализмом

В последние годы можно наблюдать перенос потребительских практик в пространство сети Интернет, что приводит, в частности, к существенному увеличению сектора неформальной экономики. Сообщества онлайн-дарообмена являются одним из актуальных примеров функционирования экономики, не регулируемой государством.

На сегодняшний день взаимодействия в таких сообществах становятся все более масштабными по охвату пользователей и количеству обменов и даров. По нашему мнению, онлайн-дарообмен не только является формирующейся практикой взаимодействий, связанной с кругооборотом вещей, но также отражает уникальный переходный процесс к новому типу культуры потребления.

Надписи на футболках двух горожан, процитированные в эпиграфе, наглядно показывают, что

КОЛЛАБОРАТИВНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ

в современном обществе вещи становятся неотъемлемой частью коммуникации. Владельцы вещей в повседневной жизни становятся участниками публичных взаимодействий, выражают и представляют самих себя. При этом диаметрально противоположные потребительские практики находят свое отражение в надписях на одежде, которые мы можем рассматривать как пример коммуникативного действия [12, с. 380]. Так, женщина-инструктор по фитнесу, демонстрируя яркую надпись во всю грудь: *«I've been shopping all my life and still have nothing to wear»*, сообщает об увлечении шопингом и об ускользающем чувстве удовлетворения от ранее приобретенных вещей. Надпись предполагает прочтение большой аудиторией и воспринимается скорее как шутка-демотиватор, описывающая ее повседневный «жизненный мир». Вторая надпись была замечена на футболке европейского туриста в одном из музеев острова Крит. Сообщение *«Be simple»* чуть виднеется и располагается на спине. Владелец футболки – мужчина спортивного телосложения, одет в льняную аккуратную одежду пастельных тонов. Его гардероб – внешнее отображение идеи «simple/simplism», где все просто, скромно и предполагает потребление без излишеств. Это сообщение в сочетании с внешним видом воспринимается как жизненный принцип и сдержанный призыв для последователей.

Рассмотренные нами горожане живут в разных странах, но объединены контекстом общества потребления. При этом они неосознанно ведут диалог, где сами их вещи говорят о различном отношении к ним, или, иначе говоря, о различных культурах потребления. Первый тип культуры потребления (Лестер Милбрэт называет его «доминирующей парадигмой» [23, с. 22]) можно описать через материализм и сложные быстро меняющиеся стили жизни, в то время как второй тип, по Л. Милбрэту, соотносится с «новой экологической парадигмой». К характеристикам этой парадигмы можно отнести постматериализм, устойчивое потребление, простые стили жизни, а также кооперацию индивидов и интерес к созданию общественных благ.

Рассмотрению постматериализма как эконо-

мического и социокультурного явления посвящены работы Рональда Инглхарта — основателя теории постматериалистического сдвига в западных индустриальных обществах [19]. Инглхарт полагает, что с ростом и развитием экономики меняется ценностная структура: постматериалистические ценности (чистый воздух, социальная справедливость) начинают играть большую роль, чем материалистические (квартиры, машины, дачи). Индекс ценностей, рассчитанный Инглхартом и Вельцелом в 2008 году по базе Всемирного исследования ценностей (World values survey), показывает увеличение доли тех факторов, которые связаны с доверием окружающим людям и с постматериализмом [20, с. 556]. Исходя из этого, авторы делают вывод о том, что поколение детей, выросшее в условиях развитой экономики, имеет более «открытые» взгляды и гибкость в выборе; среди них приобретают популярность постматериалистические ценности: идеи толерантности, гражданского участия, защиты природы и самопознания.

По нашему мнению, в онлайн-дарообмене реализуются именно такие характеристики, которые соответствуют новой экологической парадигме. В особенности это касается кооперации индивидов и формирования практики перераспределения ресурсов, которую можно рассматривать как общественное благо: «ввиду надвигающегося экономического кризиса нужно... менять подход: купил, попользовался, выкинул... Вводить во вторичный оборот те же вещи должно быть выгодно» [11].

Таким образом, в фокусе нашего исследования находится тот сегмент виртуальной неформальной экономики, который подразумевает отношения дарообмена между его участниками. Онлайн-сообщества дарообмена — это виртуальные площадки, где пользователи обмениваются на безвозмездной основе (или на основе индивидуально оцениваемой эквивалентности) различными предметами повседневного спроса: книгами, детскими товарами, предметами интерьера, посудой и др. Ключевыми словами в наименовании такого рода сообществ являются «отдам даром», «отдам в дар» и др. Интернет позволяет участникам дарообменных сообществ делиться информацией

КОЛЛАБОРАТИВНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ

о даре, а сама встреча с передачей дара происходит в реальном (офлайн) мире. В англоязычной литературе подобное явление описано, например, в работах Пола Бялски и Доминика Баторски «От онлайн-дружбы до офлайн-доверия: как виртуальное сообщество создает дружеские отношения и доверие среди незнакомых людей» [15] и Рэйчел Ботсман и Ру Роджерса «Мое становится твоим: рост совместного потребления» [16]. В указанных работах выделяются такие принципы «коллективного», или «множественного», потребления, как достаточно большое число участников, наличие невостребованных товаров длительного пользования, общих ценностей и доверия между незнакомцами.

Онлайн-дарообмен получил распространение как в России и странах СНГ, так и в зарубежных странах. В последние несколько лет увеличивается общее количество сообществ дарообмена и происходит значительный прирост участников. Например, по данным одного из крупных русскоязычных сообществ дарообмена, ежегодно его численность увеличивается почти вдвое: на начало 2014 года насчитывалось более 230 тысяч участников, они совершили более 2-х миллионов дарообменов⁴. На текущий момент в Рунете существует множество сообществ, занимающихся обменом «даров», часть из них размещена в рамках крупных социальных сетей, некоторые создают локальную сеть дарообмена. Заметим, что многие русскоязычные сообщества являются международными, так как в них участвуют представители стран СНГ и ближнего зарубежья.

Популярны и англоязычные сообщества дарообмена, где участники представлены преимущественно жителями европейских стран. Например, англоязычное сообщество www.freecycle.org насчитывает 9 млн. пользователей по всему миру, сообщество <http://redditgifts.com>, начавшее деятельность с 2009 года, в 2012 году насчитывало 44 тысячи пользователей. Таким образом, явление онлайн-дарообмена является достаточно массовым и широко распространенным, что приводит к необходимости его всестороннего изучения.

Методы сбора данных и исследовательская этика

Наш анализ опирается на материалы авторского эмпирического проекта, в ходе которого исследовательский коллектив систематически наблюдал за четырьмя наиболее популярными российскими сайтами дарообмена. В целях сохранения конфиденциальности и с учетом выбранной этической позиции (см. ниже) мы считаем важным не сообщать названия и онлайн-адреса изучаемых сообществ.

В качестве стратегии сбора данных был реализован метод *нетнографии*⁵ (наблюдение в режиме онлайн). Онлайн-наблюдения проводились в июле 2012 в течение двух недель с периодичностью замеров каждые 2 дня⁶. В результате все отобранные сообщества были описаны на основе единого протокола наблюдения. Полученные протоколы содержат материалы о нормах, конфликтах, ритуалах и ролях, актуальных для изучаемых сообществ. Предварительные данные составляют 8 протоколов по 4-м сообществам (каждое сообщество описано в 2-х протоколах, созданных разными исследователями). Кроме этого, нами были проведены личные (офлайн) полужоформализованные интервью с представителями сообществ. Так как сообщества дарообмена — это сообщества «мультимодальных» социальных миров (онлайн и офлайн), то после онлайн-общения происходит офлайн-встреча, связанная с необходимостью получить вещь. Мы использовали эту особенность выбранного эмпирического объекта: сначала договаривались о дарообмене в роли обычных пользователей, затем при личной встрече сообщали о нашем исследовательском интересе, договаривались и проводили неформализованные интервью. Таким образом, информантами становились те, кто «здесь и сейчас» вовлечен в дарообмен. Всего было собрано 6 интервью в г. Москва: 5 — с женщинами и 1 — с мужчиной, возраст информантов — от 18 до 55 лет.

Отбор сообществ осуществлялся по принципу максимальной вариации случаев. Мы рассматривали четыре сообщества, которые различались

КОЛЛАБОРАТИВНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ

по размеру, географии, платформе (самостоятельный сайт или площадка, сформированная из уже существующей социальной сети).

Размывание публичного и частного в мире онлайн поднимает этические вопросы о доступе к данным, о способах защиты частной жизни и конфиденциальности. Обсуждая эти вопросы, исследователи приходят к единому мнению: необходимо научиться применять стандартные принципы защиты прав человека в онлайн-среде, несмотря на то, что эта среда отличается от офлайн-исследований, для которых эти принципы были разработаны [18, с. 53]. Так, общепринятой нормой является обеспечение анонимности личных данных участников: «...все имена, ники, аватары, URLs, социальные сети, уникальные сообщения этой сети, которые могут позволить распознать пользователей, должны быть удалены» [21, с. 729 – 730].

В данной работе наша исследовательская позиция была «скрытой» (без оповещения о факте наблюдения). Исходными допущениями были: 1) априорная публичность сообществ, 2) ожидаемые изменения во взаимодействии участников при артикуляции присутствия исследователя. В то же время изучаемые четыре сообщества представлены в тексте с требуемым уровнем анонимности, но с указанием специфики и города.

Онлайн-дарообмен как практика перераспределения ресурсов

Дарообмен сам по себе является процессом, формирующим внутригрупповую солидарность: факт существования того или иного сообщества определяется наличием дарообмена, а там, где нет дарообменных отношений, нельзя говорить о существовании сообществ [7]. Иными словами, дары и их циркуляция — суть общественных процессов на микроуровне; дарить и принимать подарки — один из основополагающих принципов межличностных взаимодействий. Но что мы можем сказать о сообществах, которые «живут» в онлайн-среде и образовались благодаря идее дарообмена?

Рассмотрим несколько важных предпосылок,

благодаря которым стали формироваться и расширяться практики онлайн-дарообмена. Первой из таких предпосылок является *потребность в совладании с последствиями экономических кризисов*. Отметим, что данная потребность реализовалась сначала в традиционной форме (офлайн), а затем мигрировала и в онлайн-сообщества. По мнению целого ряда исследователей, заметный рост дарообменной активности наблюдается в периоды нестабильной финансово-экономической ситуации, когда значительная доля домохозяйств попадает в условия недостатка материальных средств [1; 2; 13]. В кризисные периоды деньги как универсальное средство взаимобмена временно теряют свои позиции, в результате домохозяйства вступают в отношения реципрокности (взаимобмена дарами) между членами дружеской или родственной сети, и это позволяет им выживать в сложных социально-экономических условиях. Согласно материалам исследований С. Ю. Барсуковой, среднее домохозяйство за год может участвовать в сетевых обменах более сотни раз, и эти действия становятся перераспределительным механизмом, выравнивающим жизненные возможности сторон дарообмена: «совокупная сопротивляемость внешней среде повышается, даже если в сеть объединились бедные домохозяйства. Это достигается за счет более гибкого использования совокупных ресурсов и возможности их поочередного использования на благо входящих в сеть домохозяйств» [1, с. 81]. Но если в офлайн-дарообменах участвует преимущественно сетевая структура, основанная на внутрисемейных связях (С. Ю. Барсукова отмечает, что «на родственников приходится порядка 90% продуктовых, денежных и трудовых трансфертов, и только около 10% достается соседям и дружескому кругу... минимальная плотность и интенсивность — в обменах с людьми, не являющимися родственниками» [1, с. 90]), то в онлайн-дарообменах, согласно нашим наблюдениям, участвуют люди, не знакомые друг с другом. Таким образом, необходимость совладания с последствиями экономических кризисов приобретает разные формы в традиционном дарообмене и в дарообмене онлайн: в последнем случае сеть взаимодействий практически

КОЛЛАБОРАТИВНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ

ничем не ограничена.

Именно потенциальная (и фактическая) *неограниченность с точки зрения территориального охвата* выступает, по нашему мнению, второй предпосылкой к формированию практик онлайн-дарообмена. Сообщества дарообмена, не регулируемые формальными институтами, не являются статичной группой с заданным числом членов, структурой и характером протекания групповых процессов. К ним более применимо понятие «сети», состоящей из меняющегося числа акторов, с размытыми границами и достаточно гибким характером взаимоотношений [17]. Круг потенциальных дарителей и получателей благодаря интернет-технологиям становится максимально широким, не ограничиваясь географическими границами места проживания участников. Дарообмен между людьми, живущими в разных городах (и даже странах) становится возможен с помощью почтовых служб, сервисов доставки, поиска «оказии» в нужный город и т.д. Кроме того, доставка даров в другие города может выступать отдельной услугой, также подлежащей обмену (на другую вещь или услугу). Выполнение такого рода услуг берут на себя пользователи, отправляющиеся в поездки. Отметим, что подобные услуги помогают данной сети развиваться и увеличивать свой масштаб, что является одной из особенностей сетевой экономики и может удивлять тех, кто в эту сеть не вовлечен: *«как могут люди приспособиться к безвозмездному обмену в современных реалиях... подобные вещные отношения мы можем встретить только лишь между самыми близкими родственниками и родителями»* [Дневник исследователя С., сообщество дарообмена на платформе livejournal.com, г. Санкт-Петербург].

Третьей предпосылкой к формированию практик онлайн-дарообмена является *рост численности платежеспособной аудитории Интернета*. Потребительские практики этой платежеспособной аудитории смещаются от стратегии выживания в условиях минимальных ресурсов к стратегии избыточного потребления. По нашему мнению, именно избыточное потребление на определенном этапе стимулирует переход к постмате-

риалистской культуре и провоцирует потребность в дарообмене ненужными вещами с теми людьми, кто размещен ниже на шкале материальной обеспеченности, или с теми, для кого эта вещь имеет большую ценность, нежели для дарителя⁷. Сообщества дарообмена позволяют реализовать эту потребность в онлайн-пространстве, сводя друг с другом совершенно не знакомых людей: тех, у кого есть «лишние» вещи, и тех, у кого есть потребность в этих вещах. Отметим, что данный тип обмена было бы ошибочно трактовать как перераспределение от «богатых» к «бедным». Дело в том, что субъективная ценность тех или иных вещей далеко не всегда совпадает с объективной, скорее она пересекается с представлением о ее «нужности» в данный конкретный момент для данного конкретного человека, и это практически не зависит от материального благосостояния. В результате формируются новые стратегии «вторичного», или «множественного», потребления вещей. Помимо этого, «дар» воспринимается как способ продолжения жизни вещи. Нежелание ее «выкидывать» связано с потребностью сохранить «жизнь» вещи и ее историю, передать ее другому: вещь, будучи ключевым элементом «множественного» потребления, выступает как символ эстетической, памятной и экономической ценности [14]. Отметим, что подобное отношение к вещам прослеживается и в экономических практиках, близких к дарообмену: это сдача вещей в комиссионные магазины, где представлены бывшие в употреблении товары по доступным ценам [11], а также купля-продажа на блошиных рынках (flea markets), где каждая вещь имеет свою уникальную историю.

Наконец, четвертой предпосылкой является *потребность в расширении социальных связей и в повышении личного престижа* через поиск единомышленников онлайн и формирование виртуального статуса, который ценится в том или ином интернет-сообществе. Освоение тех правил, по которым происходят взаимодействия в дарообменных сообществах, приводит к формированию специфических компетенций у участников этих сообществ. «Материальность» дарообмена делает необходимым развиртуализацию общения, поэто-

КОЛЛАБОРАТИВНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ

му опыт участия в ситуациях обмена и дарения вещей может помочь в развитии коммуникабельности участников, опыт модерирования сообщества может развивать управленческие качества и т.д. В свою очередь, набор этих компетенций, представляя собой «позитивные следствия общительности», формирует социальный капитал индивида.

Таким образом, онлайн-дарообмен как практика перераспределения ресурсов подразумевает достаточно сложные структурные взаимодействия, не сводимые только лишь к вынужденной «натуральности» экономических отношений в условиях нехватки денежных средств. Наше исследование показывает, что в процессе взаимодействий в сообществах дарообмена формируются особые ценности, нормы, системы репутаций, на основе которых происходит саморегуляция поведения ее участников, а также создается и поддерживается доверие внутри группы.

Структурные особенности онлайн-дарообменов

Проведенный анализ дарообменных сообществ показывает, что большинство даров относится к категориям одежды, аксессуаров, детских товаров. При этом подавляющее большинство вещей предназначено для женщин, и дарителями, как правило, тоже являются женщины: *«большой популярностью пользуются женские вещи, т.к. женщин на данном ресурсе заметно больше, чем мужчин»* [Дневник исследователя Е., сообщество дарообмена на платформе livejournal.com, г. Москва]. В данном исследовании мы не останавливались подробно на анализе причин гендерной асимметрии дарообмена. В то же время можно предположить, что женщины чаще, чем мужчины, берут на себя функции инвентаризации домашней утвари, гардероба, сопутствующих товаров, именно поэтому они и сортируют вещи на «нужные» и «ненужные, но пригодные к дарообмену».

Иногда выбор того, с кем будет совершен дарообмен, осуществляется по принципу «кто первый написал и «занял» вещь», а иногда дарители руководствуются субъективной логикой: *«кто по-*

нравился, тому и отдал, что понравилось, то и взял... очень часто в заявках о даре встречается такая фраза «Отдам, кому захочу» [Дневник исследователя А., сообщество дарообмена на платформе livejournal.com, г. Москва]; *«из троих желающих я решила одарить N. Меня больше всего привлек ее комментарий, кроме того, эта участница – моя ровесница, мне захотелось встретиться именно с ней. Еще мне казалось, что юной девушке эти сережки подойдут больше, чем взрослой женщине»* [Дневник исследователя А., международное русскоязычное сообщество].

Участник сообщества дарообмена имеет настолько высокие шансы на получение желаемого дара, насколько высоким социальным капиталом он обладает. Социальный капитал — определенный вид ресурса, доступный индивиду, который облегчает действия внутри социальной структуры [6, с. 124]. Традиционно под социальным капиталом понимают социальные связи и институт репутаций. По нашему мнению, социальный капитал является базовым двигателем мобилизации сети. Он включает в себя предыдущий виртуальный социальный опыт: общее количество «отданных» подарков, рейтинг, отзывы, количество друзей, время участия в сообществе и т.д. Наиболее активные пользователи Интернета конвертируют профиль из одной социальной сети в другие и, как следствие, демонстрируют более высокие «показатели» социального капитала. Все это позволяет говорить о том, что дарообмен представляет собой не столько практику депривированных групп, сколько форму коммуникационно-потребительской солидарности индивидов. Важно отметить, что, помимо обретения материальных вещей, участники получают положительные эмоции от общения друг с другом, удовольствие от того, что они кого-то очастливили, сделали доброе дело.

Как и в любых социальных отношениях, в дарообменных сообществах не исключается возможность конфликтов между пользователями. Как правило, каждый участник имеет возможность оставить свой отзыв о другом пользователе. Данные отзывы могут быть как положительные, так и отрицательные, и они отображаются отдель-

КОЛЛАБОРАТИВНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ

но друг от друга. При посещении профиля каждого пользователя в графе «отзывы» отображаются положительные и отрицательные отзывы о нем, причем они видны всем участникам данного сообщества. Негативные отзывы, как правило, связаны с несдержанными обещаниями по передаче дара или по реальному качеству подаренных или обменных вещей. Таким образом, большинство конфликтов переносится из сферы личных контактов в общее пространство сообщества, где они могут влиять на статус участника, его социальный капитал в этом сообществе.

Ситуация дарообмена открывает возможности в обретении единомышленников через участие в сообществе, позволяет расширить сеть своих социальных контактов. Этому способствует наличие обсуждений и форумов, а также практика неформальных встреч участников сообщества.

Перераспределение и эконотребление как выход из традиционной экономики потребления

Как следует из полученных данных, сообщества онлайн-дарообмена, в первую очередь, выполняют функцию некоторого выравнивания материальной обеспеченности: *«дает право людям, у которых избыток вещей, отдать их людям, у которых дефицит»* [Дневник исследователя А., сообщество дарообмена на платформе livejournal.com, г. Москва]. Особенно важно, что этот процесс может происходить в самых широких географических и социальных границах. Можно легко обменяться нужной вещью с человеком, живущим в другом городе, пересылая эту вещь почтой либо договариваясь с другими людьми об услуге транспортировки: жители крупных городов могут помогать тем, кто живет в глубинке; нуждающаяся семья может попросить помощи у незнакомых обеспеченных людей и т.д. При этом, по нашему мнению, «обеспеченность» в ситуации дарообмена становится субъективной категорией, больше связанной с переизбытком вещей, их перепотреблением.

Подобное выравнивание становится одновременно и формой ресурсосберегающего и даже

минималистского потребления, избавления от «предметов, которые поработили нашу сущность» (как это звучит в обращении создателя одного из дарообменных сообществ к его участникам): *«ненавязчивая пропаганда отказа от товаров, мешающих стремительному развитию человека, является центральным положением»* [Дневник исследователя В., сообщество дарообмена А., г. Москва]. Кроме того, в дарообменных сообществах подчеркивается важность периодического избавления от вещей с психологической точки зрения: *«...возможность освободить личное пространство человека от ненужных ему вещей... может означать начало нового этапа в жизни человека, отказ от привычки (например, отдать кальян). При этом вещь не уничтожается, а обретает новую жизнь, возникает некоторая преемственность среди группы единомышленников»* [Из дневника исследователя Д., сообщество дарообмена на платформе livejournal.com, г. Санкт-Петербург].

Можно выделить некоторые жизненные ситуации, которые естественным образом «включают» групповую солидарность, побуждают людей практиковать поиск даров, отдавание вещей или обмен ненужного на нужное. В первую очередь, это переезды, в ходе которых, как правило, происходит раздача личных вещей и предметов интерьера, в результате *«ненужным мусором, вещами, от которых человек готов избавиться задаром, оказываются ценные вещи в хорошем состоянии»* [Дневник исследователя Д., сообщество дарообмена на платформе livejournal.com, г. Санкт-Петербург].

В случае аренды жилья также может осуществляться поиск вещей («сняли квартиру без мебели, ищем, на чем спать»). Мотивом может выступать забота о судьбе знакомых, а иногда и незнакомых людей: «ищу в дар вещи на мальчика 5 лет... это сын нашей консьержки, живут у нас в подъезде, и я вижу, что он постоянно в одной и той же одежде». Наконец, это столкновение с критической жизненной ситуацией («осталась одна с детьми, муж ушел, нужны детские вещи»).

В целом, онлайн-дарообмен позволяет акторам с равным уровнем информационного, социального и культурного капитала (габитусом) соз-

КОЛЛАБОРАТИВНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ

давать баланс потребностей и возможностей для людей с разным уровнем экономического капитала, «регулируя» их потребительские возможности. Можно выделить четыре основные стратегии подобного перераспределения: 1) от избыточного потребления (перепотребления) — к избавлению от излишков в пользу нуждающихся, одновременно с возможной минимизацией и экологичностью собственного потребления, 2) от недостаточного потребления (дефицита) — к поиску необходимых вещей в форме даров, что позволяет сгладить материальные затруднения, 3) от недостаточного потребления (дефицита) — к поиску любых вещей и формированию отношения к дарам как к «халяве», что, в свою очередь, может привести к перепотреблению вещей без их реального использования, 4) «горизонтальная» стратегия, подразумевающая обмен как процесс, интересный сам по себе, при этом «статусы» сторон дарообмена могут быть одинаковыми. По нашему мнению, вторая стратегия имеет наиболее важный в социальном смысле эффект — проявление социальной поддержки и взаимопомощи: *«Е. была одета довольно просто. Несмотря на жаркую погоду, ее обувью являлись утепленные полусапожки, что заставило задуматься о ее социальном статусе. Вероятней всего, Е. и ее семья не располагают большими материальными средствами; это и есть основная причина ее нахождения на сайте. Люди без должного финансового обеспечения имеют возможность приобрести необходимые вещи благодаря сообществу»* [Дневник исследователя А., сообщество дарообмена на платформе livejournal.com, г. Москва].

Заключение

Помимо самостоятельного потребительского смысла, практика онлайн-дарообмена формирует значимые социальные явления и типы отношений между людьми. В отличие от традиционных (офлайновых) сетевых обменов, было бы неверно трактовать активность пользователей реципрокных онлайн-сообществ только как форму взаимопомощи в условиях экономического выживания. В дополнение к этой функции у онлайн-дарообмена

имеется целый ряд перспективных возможностей, среди которых особое место занимает неформальное общение, взаимодействия пользователей, схожих по своим интересам. Незнакомые друг другу люди находят друг друга, начинают общаться, обмениваются вещами на бесплатной основе либо на основе взаимных договоренностей об эквивалентах обмена, корректируют потребительские установки друг друга. В результате наблюдается растущая социальная мобилизация, уплотнение социальной «ткани», рождение социальности нового типа.

К социальным последствиям феномена онлайн-дарообмена можно отнести следующее: укоренение практик ресурсосберегающего (устойчивого) потребления, сглаживание социального неравенства и последствий материальной малообеспеченности за счет перераспределения ресурсов от одних участников сообществ к другим, формирование социальности нового типа, основанной на доверии и взаимных репутациях. При этом для случайных актов передачи, дарения или принятия вещей категория доверия не является принципиально значимой. Однако если мы говорим о регулярном участии в сообществах дарообмена, то здесь доверие как одна из важнейших характеристик социальных отношений выступает на передний план.

В Интернете неформальные экономические отношения имеют потенциал для более интенсивного развития, чем в офлайновой реальности. Это связано как с преодолением пространственно-временных границ для взаимодействий незнакомых людей (обменяться чем-либо можно не только с соседом, но и с тем, кто живет в соседнем городе, если знать, что у человека есть искомая вещь для обмена), так и с ростом платежеспособной аудитории сети Интернет, имеющей возможность передавать «излишки» другим пользователям.

Таким образом, участие в практиках онлайн-дарообмена в настоящее время носит массовый характер. Популярность сообществ дарообмена обеспечивается непрерывной и двусторонней конвертацией одного типа капитала (социального) в иной (экономический), причем данная конверта-

КОЛЛАБОРАТИВНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ

ция воспринимается акторами как выгодная.

Дальнейшие исследования на уровне домохозяйств позволили бы прояснить, какую роль играет дарообмен в домашней экономике. Учитывая опыт исследований по традиционным дарообменам, в изучении онлайн-дарообменов было бы перспективно изучить формализованную структуру даров с указанием их ресурсной природы, а также объективной и субъективной стоимости (эквивалентности).

Литература

1. Барсукова С. Ю. Неформальная экономика: понятие, история изучения, исследовательские подходы // Социологические исследования. 2012. № 2. — С. 31 – 39.
2. Барсукова С. Ю. Сетевая взаимопомощь российских домохозяйств: теория и практика экономики дара // Мир России. 2003. № 2. — С. 81 – 122.
3. Барсукова С. Ю. Структура и институты неформальной экономики // Социологические исследования. 2005. № 3. — С. 118 – 134.
4. Градосельская Г. Социальные сети: обмен частными трансфертами // Социологический журнал. 1999. № 1–2. — С. 156 – 163.
5. Инглхарт Р., Вельцель К. Модернизация, культурные изменения и демократия. — М.: Новое издательство, 2011. — 464 с.
6. Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий // Общественные науки и современность. 2001. № 3. — С. 122 – 139.
7. Мосс М. Очерк о даре // Мосс М. Общества, обмен, личность: Труды по социальной антропологии. — М.: Восточная литература, 1996. — С. 82 – 222.
8. Поланьи К. Два значения термина «экономический». О вере в экономический детерминизм // Неформальная экономика: Россия и мир / Под ред. Т. Шанина. — М.: Логос, 1999. — С. 505 – 513.
9. Поланьи К. Экономика как институционально оформленный процесс // Экономическая социология. 2002. Т. 3. № 2. — С. 62 – 73.
10. Скоробогатов А. С. Дары, дарообмен и рыночный обмен на шкале организационных форм // Вопросы экономики. 2011. № 11. — С. 38 – 56.
11. Трифанов А. Как экономить свои ресурсы с умом // Филантроп. Электронный журнал. Октябрь. 2013. Режим доступа: http://philanthropy.ru/blogs/2013/10/14/13357/#.UwOQIGJ_t3t
12. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / Пер. с нем. — СПб.: Наука, 2000. — 380 с.
13. Штейнберг И. Процесс институционализации сетей социальной поддержки в межсемейных и дружеских обменах // Экономическая социология. 2009. № 10 (2). — С. 62 – 75.
14. Appadurai A. Introduction: Commodities and the Politics of Value // The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective / Ed. by A. Appadurai. — Cambridge: Cambridge University Press, 1986. — P. 3 – 63.
15. Bialski P., Batorski D. From Online Familiarity to Offline Trust: How a Virtual Community Creates Familiarity and Trust between Strangers // Social Computing and Virtual Communities. — Chapman and Hall/CRC Press, 2009. — P. 179 – 205. <http://www.crcnetbase.com/doi/abs/10.1201/9781420090437-c8> (последнее обращение 18 мая 2014 г.).
16. Botsman R., Rogers R. What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption. — Tantor Media, 2010. — 304 p.
17. Castells M. Communities, Networks, and the Transformation of Sociability // Castells M. The Internet Galaxy. Reflections on the Internet, Business and Society. — Oxford; N.Y.: Oxford University Press, 2001. — P. 125 – 126.
18. Garcia A. C., Standlee A. I., Bechkoff J., Cui Y. Ethnographic Approaches to the Internet and Computer-Mediated Communication // Journal of Contemporary Ethnography. 2009. Vol. 38. № 1. — P. 52 – 84.
19. Inglehart R. Culture Shift in Advanced Industrial Society. — Princeton, NJ: Princeton University Press, 1990. — 504 p.
20. Inglehart R., Welzel C. Changing Mass Priorities: The Link between Modernization and Democracy // Perspective on Politics. 2008. Vol. 8. № 2. — P. 551 – 567.
21. Kozinetz V. R. Netnography: Doing Ethnographic Research Online. — L.: Sage, 2010. — 211 p.
22. Mann C., Stewart F. Internet Communication and Qualitative Research. — L.: Sage, 2000. — 258 p.
23. Milbrath L. Environmentalists: Vanguard for a New Society. — Albany: State University of New York Press, 1984. — 180 p.
24. Rosen D., Lafontaine P. R., Hendrickson B. Couch Surfing: Belonging and Trust in a Globally Cooperative Online Social Network // New Media & Society. 2011. Vol. 13. — P. 981 – 998.

КОЛЛАБОРАТИВНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ

Примечания

1. Статья выполнена в рамках исследовательского проекта «Феномен *homo interneticus* – социализация, идентификация, новые стили жизни» (ИС РАН, Государственное задание Министерства образования РФ на оказание услуг (выполнение работ), проект № 6.57.6.5).
2. (Англ.) Я всю жизнь занимаюсь шопингом, но мне до сих пор нечего надеть.
3. (Англ.) Будь проще.
4. Адрес ресурса: darudar.ru
5. Нетнография — достаточно новый термин, обозначающий подход к этнографическим исследованиям, сосредоточенный на различных видах онлайн-сообществ и культур. Автором данного термина принято считать Роберта Козинца, профессора Йоркского университета бизнеса в Торонто, Канада. См. подробнее [21].
6. Авторы благодарят команду студентов факультета социологии НИУ ВШЭ за помощь в сборе данных и интерес к проекту.
7. Здесь можно привести цитату одного из создателей сайта дарообмена: «По нашим данным, ежедневно пользователи рунета выбрасывают 10 тонн ненужных, по их мнению, вещей. В эти вещи входит все: от старых журналов до холодильника и пианино», а также миссию проекта «Пакет добра», где в онлайн-обращении к людям уже заложена идея наличия ненужных вещей, не утративших своих потребительских свойств: «У вас есть ненужные хорошие вещи? Положите их в Пакет добра, затем отнесите пакет во двор. Нуждающиеся люди знают о Пакетах добра, и они обязательно найдут ваш пакет» (сайт.пакетдобра.рф).