

Ко всему приделать лайки

ИННА КУШНАРЕВА



В 2011 году разработчики и менеджеры Facebook'a для описания своих «радикальных» инноваций придумали термин «социальный дизайн». По их замыслу, отныне в любом продукте, если он желает иметь успех у потребителя, должно быть выделено социальное измерение. На одной из конференций Марк Цукерберг сказал: «Игры — это по природе своей социальная вещь. Фильмы, телевидение, новости, книги — это тоже вещи, которые люди потребляют вместе с друзьями. В последующие несколько лет эти индустрии станут более социальными». Кажется, в этом нет ничего нового. Книги уже были социализированы через рекомендательный сервис на Amazon или, например, социальную сеть Goodreads. Для музыки и фильмов также давно существуют свои сервисы. Но с начала 2011 года количество подобных сервисов резко выросло. Новация в том, что отныне изо всего стремятся сделать социальную сеть, будь то поход за покупками, медицина или поиски гостиницы. В сети Flippy пользователи сообщали обо всех своих покупках, а также посылали свои фотографии из примерочной, чтобы остальные пользователи советовали — брать вещь или не брать. Сервис Airbnb помогает снять квартиру с учетом рекомендаций друзей и знакомых. Foursquare позволяет отследить, где друзья и знакомые находятся в данный момент. В Америке действует Cloo — социальная сеть для тех, кто не любит ходить в туалет в общественных местах, и тех, кто готов пустить знакомых к себе домой воспользоваться удобствами. Не так давно цивилизованный мир напугало жутковатое приложение для «сталкеров» Girls Around Me (созданное, кстати, русскими разработчиками). Оно давало возможность отслеживать фейсбук-профили девушек, «зачекинившихся» в Foursquare в зоне видимости или досягаемости пользователя, и послать им сообщение. После того как последовала возмущенная реакция, в Apple

все-таки сообразили, что это больше похоже на криминал, чем на социализацию, и убрали злополучное приложение из своего магазина.

На смену информационному интернету пришел социальный. В формулировке топ-менеджеров Facebook'a произошел переход от «что» к «кто», от мудрости толпы к мудрости друзей. Facebook стал гигантским агрегатором всё более интенсивных социальных проявлений сетевой жизни на одной платформе. Интересно, что взрыв социального дизайна и шеринга¹ совпал с экономическим кризисом. Бегство от трудностей в уютный мир или переместившаяся в виртуальный мир социальная солидарность? В идеале социальный граф Facebook'a, то есть совокупность связей каждого с его друзьями и знакомыми, должен стать чем-то вроде воды или электричества — естественной монополией, без которой жизнь уже будет немыслима.

Тогда же Марк Цукерберг ввел понятие *seamless* или *frictionless sharing* — сверхгладкого шеринга, то есть моментального, автоматического транслирования в фейсбук-ленте любых телодвижений пользователя в сети, которое полностью снимает вопрос о том, следует о чем-то сообщать миру или нет. Цукерберг уверен, что все люди хотят социализировать каждый свой шаг — то, что читали, слушали, смотрели, где и с кем были и т. д. Из этой концепции вырисовывается образ абсолютно прозрачного для окружающих существа, совершенно не нуждающегося в том, чтобы что-то скрывать (точнее само сокрытие теперь может происходить только так, как в «Украденном письме» — у всех на виду). У такого существа все аспекты жизни и ипостаси личности идеально подогнаны друг к другу: например, нет никакого разрыва между работой и частными интересами или разными эпизодами биографии. Однородная личность в однородной среде, выстроенной на горизонтальных связях при полном отсутствии вертикали. Конечно, в Facebook'е есть опция настройки групп, но она отменяет идею гладкого шеринга и требует приложения дополнительных усилий, не говоря о том, что вообще не слишком удобна. Неприкосновенность личной информации перестала быть опцией по умолчанию и нуждается в специальной отладке.

Цукерберг и компания были так уверены в своем видении, что даже не стали ничего толком объяснять пользователям, а просто молча запустили нововведение. Англоязычный мир познакомился с ним, когда в Facebook'е появились так называемые социальные ридеры. Если вас заинтересовала ссылка

1. Распространение, совместное использование контента в интернете, от англ. глагола share — делиться, распределять.

на какую-то статью, прочитанную френдом, и вы по ней прошли, Facebook заставляет сначала установить специальное приложение для «социального чтения». Выгода для него очевидна: Guardian или «Ведомости» читают, не покидая Facebook'a, а зависимость от него всех остальных сайтов и сервисов еще больше усиливается, так что в идеале Facebook должен стать универсальным интерфейсом для всего интернета. Но при этом ленты ваших друзей тут же начинают захламлять сообщения о том, что именно вы прочитали. В случае желтой прессы или новостей вообще может случиться конфуз. Но даже если пользователь читал серьезные статьи, всем вовсе необязательно об этом знать.

Однако уже на этом первоначальном этапе Facebook столкнулся с юридическими последствиями принципа *privacy*. В США нет специальных федеральных законов, охраняющих «неприкосновенность чтения». Однако уже с 1936 года Американская библиотечная ассоциация защищает право читателей не разглашать, что именно они читают. На практике библиотекари требуют предъявления судебного разрешения, если их просят показать читательский формуляр того или иного лица. При этом в сорока восьми штатах есть законодательные акты, защищающие право читателя на неприкосновенность формуляра, в Калифорнии он распространяется также на содержимое электронных устройств для чтения и книжные покупки. Защищая право на анонимность чтения, американские юристы ссылаются на Первую поправку к Конституции США. Кроме того, есть прецедент в смежной сфере — федеральный Акт о защите анонимности потребления видео, запрещающий сообщать информацию о взятых гражданином в прокате DVD-дисках или фильмах, заказанных в системе видео-по-запросу (*video on demand*), третьим лицам без его, гражданина, на то согласия, а полиции — без постановления суда.

У *frictionless sharing* есть и еще более серьезные юридические последствия. Их радикально сформулировал судья Верховного суда США Сэмюэль Алито: «Технология меняет ожидания, касающиеся неприкосновенности частной жизни. Предположим, мы заглянули на 10 лет вперед, и тогда, возможно, 90% населения будут пользоваться социальными сетями, и у всех будет в среднем по 500 друзей, они позволят друзьям заниматься мониторингом их местопребывания 24 часа в сутки, 365 дней в году, благодаря мобильным телефонам. Какой неприкосновенности частной жизни можно тогда ожидать?». *Reasonable expectancy of privacy*, разумное ожидание неприкосновенности частной жизни, — особое юридическое понятие. В своей статье «Подглядывая за вашим чтением: социальные ридеры и за-

кон о неприкосновенности частной жизни»² юрист Марго Камински ссылается на дело «Кац против Соединенных Штатов» 1967 года как основополагающее в деле защиты privacy. Проживая в Лос-Анджелесе, Кац регулярно передавал по телефону информацию, касающуюся ставок в тотализаторе. Долгое время его подозревало ФБР, которое в конце концов разместило подслушивающее оборудование на крыше одной из телефонных будок, из которых он звонил. Каца поймали с поличным, но на суде его защитники сумели оспорить правомерность использования прослушки, сославшись на понятие «разумное ожидание неприкосновенности частной жизни» и на Четвертую поправку к Конституции США. Поскольку Кац звонил из телефонной будки, закрыв за собой дверь, то, значит, позаботился о том, чтобы передаваемая информация оставалась частной, поэтому ФБР не имело права его прослушивать без судебного постановления. Чрезмерный шеринг в фейсбуке и других социальных сетях, как утверждает Камински, проблематизирует разумное ожидание неприкосновенности частной жизни. Следующий шаг: властям или полиции уже не потребуется судебного разрешения на доступ к личной информации в социальных сетях, потому что ее неприкосновенности де-юре никто ждать не должен.

Получается, что в социальных сетях вы как будто входите в телефонную будку, но дверь за собой не закрываете, кричите во весь голос, но не понимаете, что высказываетесь публично, пребывая в иллюзии, что можете рассчитывать на неприкосновенность. Многие проводят для себя различие между статусом в Facebook'e и, например, статьей, и это не вопрос количества знаков и вычитки текста. Facebook генерирует сильную иллюзию неприкосновенности. Во-первых, он является закрытой платформой, в которую нельзя попасть извне, не имея аккаунта (хотя кто его теперь не имеет — разве что принципиальные упрямцы), а неудобного комментатора легко забанить, равно как настроить фильтры и скрыть в ленте тех, чьи посты не нравятся, но с кем по дипломатическим причинам нельзя раздружиться. Во-вторых, благодаря усердной, местами даже ханжеской модерации усилиями тысяч цифровых «гастарбайтеров» из Индии, Латинской Америки, Африки и т. д., за доллар в час вычищаются порнография, обнаженное тело, экстремистские высказывания, кровь, графическое насилие, а также кормление грудью и любые, даже нейтральные изображения людей, обработанные фотошо-

2. *Kaminski M. Reading Over Your Shoulder: Social Readers and Privacy Law // The Wake Forest Law Review. March 2012. URL: <http://wakeforestlawreview.com/reading-over-your-shoulder-social-readers-and-privacy-law>.*

пом. А чистое — это и значит частное, личное, неприкосновенное. Опасная иллюзия.

Кульминацией принудительной социализации всего и вся стал лайк. Лайк — это прежде всего клакерство. Разделение на авторов и клакеров случилось еще в LiveJournal (ЖЖ), когда выросло количество его пользователей. Первоначально в ЖЖ все в основном были авторами, все читали друг друга. Но затем от прочих оторвалась группа производителей текстов, картинок и новостей. Это могли быть туземные жж-селебритиз, «тысячники» или знаменитости, подтянувшиеся, когда сервис раскрутился. В пандан образовалась массовая аудитория, порой тоже пишущая, но для себя и узкого круга, основная функция которой — хлопать, в лучшем случае задавать глупые вопросы, на которые автор отвечать не обязан. Фейсбук с его кнопкой «Мне нравится» пришелся здесь как нельзя кстати. К тому же этот процесс совпал с общемировой сетевой тенденцией перехода от письма (блогинга) к кураторству посредством коротких статусов, *bon mots*, аффективных всплесков, фоток, лайков, ссылок и расшаров.

У лайков свои законы. Часто они сугубо лицемерны и направлены, главным образом, на укрепление связей, поддержание групповой идентичности и «своих». Тем, кто не проявляет должного рвения, следует пенять только на себя, когда никто не реагирует на их собственный пост: если вы недостаточно вкладывались в других, зачем им вкладываться в вас? В каждом конкретном случае можно, наверное, вывести коэффициент дисконтирования, как для инвестиций любого капитала: сколько лайков нужно вложить сегодня, чтобы исправно получать их в будущем. Лайк, особенно непривычный и редкий, как-то всегда хочется вернуть. Если, конечно, вы не селебрити, которой они причитаются. Лайк в идеале должен быть мгновенен. Запоздалые лайки через день или даже несколько часов кажутся странными не только получающему (очевидно, что ему важнее мгновенный всплеск, выхлоп реакции), но и самому лайкеру. Возникает вопрос: где порог осязаемости лайков, когда из стандартизированного, но все-таки выражения индивидуальной эмоции они превращаются просто в статистику. С другой стороны, лайки действуют через механизм, который в психологии называется прерывистым подкреплением, то есть не все реакции оказываются замеченными/подкрепленными. При открытии аккаунта в социальной сети следует поток радости, дружб и поздравлений от тех, кто там уже сидит. Наличие или отсутствие реакции на пост не всегда можно просчитать: то, что вам кажется важным или остроумным, остается как будто незамеченным остальными, а какая-то ерунда расползается, как вирус.

Но именно прерывистость и непредсказуемость подкрепления подсаживает на весь процесс, так что по идее в Facebook'e следовало бы иметь специальный механизм рэндомных, случайных лайков или дислайков, сбивающий с толку, чтобы никто не обольщался тем, что знает рецепт фейсбушной популярности «котики+...» (у каждого свой).

На то, что лайк давно абстрагировался от своего исходного содержания «мне нравится» и стал чисто коммуникативной функцией, указывают такие вроде бы абсурдные вещи, как лайки на сообщения в ленте о том, что кто-то умер. Хотя встречаются, конечно, и искренние лайки. Однако проблема в том, как отличить искренность от автоматизма, который, например, навязывает групповая солидарность. Frictionless sharing и сам по себе — проявление автоматизма, когда пользователь не участвует даже в отборе того, что именно он сообщает миру, потому что за него сообщается все.

Что нужно делать, чтобы не казаться ботом, и нужно ли это? Пройдет ли пользователь Facebook'a тест Тьюринга? Как известно, он предполагал возможность приближения машинного интеллекта к человеческому за счет совершенствования синтаксических операций: чем совершеннее машина, тем сложнее ее отличить от человека. Но в мире лайков все мы оказались в своеобразной «китайской комнате» (по Дж. Сёрлу), где осмысленная коммуникация сведена к голому синтаксису, элементарным формам проявления участия, которые не требуют никакого «семантического» наполнения. Лайк — это иероглиф чистой общительности, освобожденный от своих излишне человеческих коннотаций. То есть дело не в том, что мы механизированы и «роботизированы», а в том, что как раз в той сфере, где мы — боты, мы, получается, можем быть наиболее человеческими друг по отношению к другу. Раньше участие и признание всегда были замаскированы той или иной гуманитарной семантикой, «мыслями» и «интерпретациями», теперь они выведены на поверхность в качестве социального автоматизма. И теперь в китайской комнате сидят уже не человек и машина, а машина с машиной — и именно это позволяет им чувствовать себя людьми. Технология, традиционно угрожающая дегуманизацией, сама стала условием «гуманизации» — по сути, Facebook позиционируется как глобальный заповедник синтаксиса гуманности, за пределами которого царствует рациональность, а не социальный автоматизм.

В этом смысле проект «социального дизайна» открывает возможность повторной механической гуманизации тех операций, которые, казалось бы, давно стали исключительно функциональными, исчерпали свой человеческий потенциал (по-

требление, покупки и т.п.). Радости шопинга, ранее находившиеся под подозрением и выступавшие предметом культурной критики, не только легитимируются, но и высвобождаются, показывая нам нашу социальную сущность, пусть и в компьютерном интерфейсе — ведь в противном случае мы продолжали бы думать, что занимаемся чем-то частным, неинтересным и даже в каком-то смысле ущербным. Непонятно правда, сможет ли социальный дизайн распространиться — по аналогии — на различные аддикции, например, на употребление обезболивающих? Или на болезни, которые сейчас более чем социальны. Пока эти сферы табуированы, но, видимо, в самом скором времени стоит ждать появления социальных сетей, где, к примеру, будут обмениваться лайками удачно прооперированные пациенты или вполне именитые (а не анонимные, как раньше) алкоголики. Если признание освобождено от семантики, оно может распространиться на что угодно.

И все-таки не будем бояться автоматизма лайка, ведь он удобен. Потому что эта чисто коммуникативная функция представлена в нем в ничем не прикрытом виде. Так, по сути, честнее, чем стыдливо прятать ее за каким-то случайным и банальным содержанием, навлекая на себя гневную реакцию или непонимание. Лайк — спасение для тех, кто никогда не мог придумать, что бы такое написать в очередной поздравительной открытке. Он избавляет, или почти избавляет, от глупых и пустых комментариев и в то же время задает, по крайней мере в потенци, возможность содержательного разговора, а не просто симметричного или асимметричного обмена любезностями. Хотя, видимо, долго придется ждать тех времен, когда вымрут прекраснодушные комментаторы, чьи месседжи припечатал жж-мем «аффар, пеши исчо!» Но мы на правильном пути.