

Предисловие

Фридрих Кротц, яркий теоретик в области исследований коммуникации, выделяет четыре основных процесса, которые формируют современность [Krotz 2009]: глобализация, индивидуализация, коммерциализация и – основной фокус этой монографии – медиатизация. В самом общем виде под медиатизацией понимается двойной процесс взаимодействия между трансформирующимися медиа – с одной стороны и трансформирующимися культурой и социумом – с другой [Couldry, Hepp, 2016, 36–37]. Иными словами, исследование медиатизации – это изучение того, каким образом происходит взаимное проникновение социального и медийного миров и их дальнейшее взаимодействие.

Медиа сегодня буквально пронизывают привычный нам мир. Например, наши отношения с городским пространством опосредованы разнообразными картами, навигаторами и приложениями, которые подсказывают нам самый быстрый / самый удобный / самый разгруженный от пробок маршрут, помогают вызвать такси или отследить местонахождение нужного в данный момент автобуса. Наше общение с другими людьми обеспечивается доступностью сервисов аудио- и видеозвонков или многочисленных мессенджеров, позволяющих моментально обмениваться сообщениями. Наш досуг привязан к стриминговым платформам, приложениям для прослушивания подкастов, электронным библиотекам и пр. Ко многим медиа мы уже настолько привыкли, что просто не замечаем их, а без некоторых не мыслим привычной повседневности.

Однако в разных сферах жизни баланс между влиянием медиа и влиянием культуры и общества может быть разным. Так, причинами для устойчивости к внедрению новых технологий или даже сопротивления им могут быть отсутствующие навыки потенциальных пользователей, недостаточно развитая техническая инфраструктура, законодательные ограничения на распространение технологий и/или

контента. И наоборот, причинами для целенаправленного расширения сферы медиатехнологий можно считать ускорение социальных процессов, их упрощение или повышение их прозрачности.

При этом особенно сложной оказывается ситуация с областью религии. С одной стороны, интуитивно кажется, что религиозные сообщества не будут открыты техническим новшествам, поскольку, строго говоря, медиа не вписываются в понятия «чистого» практически ни в одной религии, с другой – пандемия и прочие разрывы социальной ткани заставили искать новые способы обеспечить связь внутри сообществ, поддержать коммуникацию внутри них, а иногда и обеспечить необходимое количество участников для коллективных молений (речь, конечно, о миньяне). Кроме того, все возрастающая роль медиа заставляет сообщества относиться гораздо более осознанно и ответственно к представлению себя в публичном пространстве, к возможности расширения сообщества через продвижение его определенного образа хотя бы на социальных платформах, если не в традиционных СМИ. Как религиозные сообщества справляются с этими вызовами? Игнорируют, потому что это «мода», или осваивают новые пространства? Разрешают членам сообщества использовать новые медиа или призывают к тому, чтобы от них воздержаться? Может быть, держат баланс? Может быть, вопросы в самих сообществах вообще стоят как-то иначе?

Для того, чтобы изучить обозначенные проблемы, мало классических методов сбора полевого материала. Ни интервью, ни наблюдение вне медийного пространства не дадут представлений о том, что происходит, например, в социальных сетях. Иначе говоря, мы можем наблюдать часами, как человек смотрит в экран телефона, касается экрана телефона, но это не расскажет нам ничего о том, с каким контентом он при этом взаимодействует, пишет ли что-то сам, какими платформами пользуется. Так и во время интервью человеку довольно сложно вспомнить, откуда он узнал ту или иную новость, мем, видео – даже не на уровне публика или страницы, а на уровне платформы («мне переслали это в сообщении в WhatsApp» или «мне это попало на глаза в ленте ВКонтакте»). Потому лучший способ понять, что происходит в медиатизированном пространстве – это проводить наблюдение и/или анализ материала в нем самом.

Важно подчеркнуть, что таких исследований в современной науке уже довольно много. Есть и методологические работы, посвященные цифровой этнографии, удаленной этнографии, антропологии медиа, анализу контента, генерируемого пользователями (UGC – user generated content) и пр. Есть практические исследования в отношении различных религиозных сообществ. Однако если искать информацию по русскоязычному медиaprостранству, связанному с еврейскими религиозными сообществами, мы увидим лишь единичные работы. Кроме того, если посмотреть на изученность данной темы по другим конфессиям, то мы увидим, что в русскоязычном научном пространстве или в поле, условно обозначаемом как Slavic Studies, гораздо лучше изучены христианские сообщества. С одной стороны, это означает, что при дальнейшем проведении подобных исследований у нас почти нет данных для межконфессионального сравнения, это осложняет анализ на уровне выявления специфики, характерной для конфессии, а не только отдельного сообщества. С другой стороны, адаптация цифровой этнографии к российскому контексту происходит как путем переноса подходов зарубежных исследователей на наше поле, так и путем переноса подходов, разработанных при изучении христианских сообществ на иудейские. Это позволяет сформировать комплексный подход, основанный на тесном научном диалоге. Так, например, перевод текста Хайди Кэмпбелл дополняет набор классических текстов по теории медиатизации, переведенных на русский язык [Государство 2020]. Кроме того, сборник продолжает исследования, над которыми работает Центр славяно-иудаики Института славяноведения РАН, – как в отношении развития цифровых подходов, так и в отношении межэтнических и межконфессиональных контактов.

Данная коллективная монография ставит перед собой именно такую задачу – восполнить обозначенный пробел и проследить, что происходит в медиатизированном пространстве, связанном с иудейскими религиозными практиками. Эта задача логичным образом привела нас к следующей структуре книги: после вступления редакторов (тут нужно честно признаться, что за иудаику отвечала Мария Каспина, за цифровую составляющую – Ирина Душакова) мы приводим перевод отрывка статьи Хайди Кэмпбелл. Он, с одной стороны, служит историческим обзором становления той части цифрового пространства, которое отчасти мы пытались изучить, с другой сто-

роны – примером классической работы по затронутой теме, но выполненной не на русскоязычном материале. Вслед за историческим экскурсом читатель может ознакомиться со статьей Натальи Душковой, представляющей историографию вопроса и основные теоретико-методологические подходы к подобным исследованиям. Далее мы переходим к набору кейсов, выстроенных с особенной, как нам кажется, бережностью к материалу – кейсы довольно сильно разнятся по объему и по типам основных исследовательских вопросов. Нам кажется, что такая мозаичность является неизбежной для первых обобщений, и мы надеемся, что она станет приглашением к продолжению дискуссии.

Сам подбор кейсов во многом связан с исследованиями, проведенными участниками летней и зимней школ по цифровой этнографии в области иудаики в 2020 и 2021 гг. На каждой из школ, которые работали в онлайн-формате, участникам было предложено провести собственное мини-исследование, используя методы цифровой этнографии. На каждой онлайн-школе было представлено четыре кейса для четырех команд молодых исследователей. В них отражались актуальные, как нам казалось, события, на которые должны были найтись реакции в медийном пространстве.

Первая школа состоялась в августе 2020 года, и мы поставили целью изучить влияние пандемии коронавируса на традиционные еврейские религиозные практики. Мы рассматривали трансформацию и переход в цифровое пространство празднования праздников Песах, Лаг ба-Омер и Шавуот, которые пришлось на разгар эпидемии. Кроме того, мы изучали открытость и закрытость различных направлений иудаизма к онлайн-формату своих мероприятий, трансляции литургии, записи субботних проповедей и т. п. Отдельный кейс был посвящен изучению отражения традиционных магических практик по остановке эпидемии в современном ультрарелигиозном еврейском мире. Группа исследователей рассматривала и анализировала публикации и реакции на сообщения о так называемой черной свадьбе, которую проводят на кладбище. Жених и невеста на таких свадьбах обычно – калека или сирота, а сам ритуал однозначно маркируется как средство для прекращения пандемии. Случаи таких магических практик известны в еврейской традиции XIX и начала XX в., но в современном мире после Холокоста такие случаи не были

известны, и никогда раньше не становились информационным поводом в медийном пространстве интернета.

Через полгода, в январе 2021-го, состоялась вторая цифровая школа по этнографии в еврейских исследованиях. И мы продолжили разбирать кейсы, связанные с актуальными календарными праздниками и реакцией различных еврейских религиозных течений на проникновение онлайн в повседневную жизнь их прихожан. Кроме того, добавились темы, связанные с репрезентациями антисемитизма и Холокоста в цифровом пространстве. Используя базу данных «Медиалогия», исследователи с помощью тьюторов изучали публикации в мейнстримных СМИ и на социальных площадках (в социальных сетях, форумах и др.), где были бы затронуты эти темы. Отдельным кейсом стало изучение регулярного ежегодного паломничества ультраортодоксальных евреев в украинский город Умань накануне праздника Рош ха-Шана. Это был первый за многие годы опыт неудавшегося массового посещения могилы цадика рабби Нахмана Браславского, поскольку из-за пандемии были закрыты границы.

Таким образом, первая школа в большей степени была посвящена изучению практик в цифровом пространстве, вторая – изучению их репрезентаций. Соотношение материала по этим направлениям достойно отдельного исследования, поскольку указывает на то, насколько глубокая медиатизация происходит в религиозной жизни.

Разбору части этих кейсов, а также некоторым темам самостоятельных исследований, проведенных вне упомянутых школ, посвящены работы молодых ученых в нашей коллективной монографии. Поскольку кейсы не были ограничены узкими рамками локальных традиций, как в классических полевых исследованиях, многие работы касаются не только изучения ситуаций в русскоязычном медиапространстве, но и в англоязычных американских и израильских цифровых сообществах, в белорусских телеграм-чатах и т. п.

Ряд статей посвящен изучению трансформации классических религиозных практик в период пандемии при перенесении их в цифровую среду (статьи Ксении Гуревич, Марии Шишигиной, Аллы Мительман и Натальи Киреевой). Другие работы анализируют контент социальных сетей, посвященный различным еврейским ритуалам и обычаям (см. статьи Варвары Редмонд, Анастасии Кровицкой, Анны Дягель). Отдельные исследования посвящены изучению бытования

антисемитских стереотипов в цифровом пространстве (статьи Светланы Бардиной и Алексея Андрюшина).

Конечно, наш сборник не претендует на широкий охват и научную полноту представленных материалов. Напротив, мы представляем первый результат новаторского для этого поля подхода к изучению возникающих на наших глазах практик и трансформаций религиозных традиций. Мы надеемся, он будет интересен и для тех, кто занимается изучением цифровой этнографии в современном мире, и для исследователей еврейской истории, культуры и религии.

Публикация сборника статей стала возможной благодаря гранту Президента Российской Федерации на развитие гражданского общества, предоставленного Фондом президентских грантов, Евро-Азиатскому Еврейскому Конгрессу и Российскому еврейскому конгрессу.

От редколлегии

Литература

Государство 2020 – Государство, религия, церковь в России и за рубежом. 2020. № 38(2).

Couldry, Hepp 2016 – Couldry N., Hepp A. *The mediated construction of reality*. Cambridge, UK; Malden, MA: Polity Press, 2016. 256 p.

Krotz 2009 – Krotz F. *Mediatization: A concept with which to grasp media and societal change // Mediatization: Concept, Changes, Consequences / Ed. by K. Lundby* New York: Peter Lang, 2009. P. 21–40.

References

Couldry, N., and A. Hepp, 2016, *The mediated construction of reality*, Cambridge, UK, Malden, MA, Polity Press, 256.

Gosudarstvo, religii, tserkov' v Rossii i za rubezhom, 2020, 38(2).

Krotz, F., 2009, *Mediatization: A concept with which to grasp media and societal change. Mediatization: Concept, Changes, Consequences*, ed. by K. Lundby, 21–40. New York, Peter Lang, 317.