

Мобильные методы: движение как часть исследовательской стратегии¹

Константин Глазков*, Анна Стрельникова**

В статье рассматриваются познавательные возможности мобильных методов — методов, в которых движение становится частью исследовательской стратегии. Авторы считают, что «мобильность» (подвижность) является важной характеристикой индивидов и сообществ как объектов социологического изучения. Понимание этого факта приводит исследователей к поиску и смешиванию методических приемов, позволяющих «угнаться» за респондентом, включиться в его пространственные практики, участвовать в перемещениях вместе с респондентом (или в тех же условиях, что и респондент). В качестве эмпирического материала используются результаты авторского исследования «Ingress как городской мобильный квест».

Ключевые слова: городское пространство, мобильность, пространственные практики, мобильные методы, стратегии смешивания методов, мобильные квесты

Мобильные методы как разновидность mixed methods research

В современном методическом арсенале социолога все чаще появляются комбинированные (смешанные) стратегии сбора данных, разрабатываются творческие методики, многие из которых учитывают идею мобильности исследователя и объекта изучения. Термин «стратегии смешивания методов» (mixed methods research) обозначает различные варианты сочетания методов в одном исследовании, при котором, за счет комбинирования сильных сторон одних методов и минимизации недостатков других, достигаются более целостные, насыщенные результаты (Полухина, 2015). Изначально идея «смешивания» подразумевала эффективное сочетание качественных и количественных методов, но в настоящее время, по нашему мнению, смешанные стратегии можно понимать более широко. Например, можно комбинировать различные типы методов друг с другом (интервью и наблюдение, проективные методики и традиционные вопросы),

¹ Статья подготовлена в ходе работы (№ проекта 15–05–0012) в рамках Программы «Научный фонд Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ)» в 2015 г. и с использованием средств субсидии на государственную поддержку ведущих университетов Российской Федерации в целях повышения их конкурентоспособности среди ведущих мировых научно-образовательных центров, выделенной НИУ ВШЭ.

* Глазков Константин, аспирант департамента социологии НИУ ВШЭ, магистр градостроительства. glk@gorod.org.ru.

** Стрельникова Анна, кандидат социологических наук, доцент кафедры методов сбора и анализа социологической информации департамента социологии НИУ ВШЭ, старший научный сотрудник ИС РАН, доцент социологического факультета ГАУГН. astrelnikova@hse.ru.

можно сочетать разные уровни включенности в изучаемое явление (от полной невключенности до полной включенности) и т. д.

В данной статье под *мобильными методами* мы понимаем комбинирование «традиционных» методов получения исследовательской информации (преимущественно качественных и включающих в себя опросные, визуальные, экспериментальные техники) с «мобильной» методикой, при которой исследователь получает информацию последовательно, в процессе перемещений, так или иначе связанных с изучаемым объектом (Büscher, 2011). При этом исследовательская фиксация перемещений изучаемого объекта может происходить как непосредственно (в ходе включенного наблюдения), так и посредством современных геолокационных технологий, в том числе через различные мобильные приложения (Hein, Evans, Jones, 2008).

Методы, подразумевающие перемещения исследователя вслед за объектом изучения (или в поисках объекта изучения), не являются чем-то принципиально новым для социологии. Можно привести в пример экспедиционные исследования, которые были широко распространены в отечественной социологии в прошлом (Россия, которую мы обретаем, 2003) и которые сейчас вновь переживают всплеск интереса (Кордонский, Плюснин, 2015; Рогозин, 2008; Социологические наблюдения, 2007), а также «метод дорожных интервью» (интервью в формате бесед с попутчиками в поездах дальнего следования), о которых рассказывал В. А. Ядов на своих лекциях. В то же время сама идея «мобильного подхода» до недавнего времени не мыслилась ни как одно из свойств выбранной методики, ни как основание для уточнения классификации методов сбора данных. И только в последнее десятилетие можно наблюдать заметный «мобильный поворот» (Урри, 2012), проявившийся в акцентировании тематики мобильности (в самом широком смысле), как в социальной теории, так и в прикладных исследованиях. В рамках этого поворота мобильность понимается как важное свойство людей и вещей, а городская повседневность воспринимается как наполненная «...множественными и пересекающимися системами мобильности» (Трубина, 2011, с. 208). По мнению Э. Амина и Н. Трифта, повседневный опыт перемещений было бы перспективно описывать через такие метафорические конструкции, как пористость (транзитивность, открытость новому), наличие ритмов городской жизни и отпечатки следов (Амин, Трифт, 2002).

Одновременно с этим формируется опыт методологической рефлексии, поскольку «...различные виды движения людей, вещей, информации и идей не могут беспрепятственно стать предметом исследования, они требуют перефокусировки социального знания и специфической методологии» (Трубина, 2011, с. 208). Таким образом, движение (мобильность, подвижность, текучесть) в различных формах и проявлениях становится не только важнейшим концептом для осмысления социальных процессов современности, но также и источником методического поиска.

Мобильный исследователь, мобильный объект исследования: примеры

Несмотря на то, что количество прикладных исследований с использованием мобильных методов пока не столь велико, к настоящему моменту уже можно выделить из них несколько обособленных типов. Мы предлагаем следующий вариант классификации: «интервью в движении», «исследование как фильм» / видеоэтнография, картографирование мобильности / дневники мобильности и исследование при помощи мобильных гаджетов, имеющих доступ в Интернет (смартфонов, планшетов). Рассмотрим их по порядку.



1. *«Интервью в движении»*. Это группа методов, подразумевающая сочетание интервью с прогулкой или поездкой, проводимой совместно с респондентом². Прогулка или поездка подразумевает включенность исследователя в пространственные практики (Серто, 2010) тех, кого он изучает, или, в случае неоднократных интервью, — погружение на определенное время в тот образ жизни, который ведет информант. В целом «интервью в движении» дает доступ к среде обитания и телесно-рефлексивному опыту изучаемых людей, а также создает более глубокий формат взаимодействия между исследователем и исследуемым. Примерами среди западных исследований являются работы М. Кузенбах (Kusenbach, 2003), проект Р.М. Каприано по изучению здорового образа жизни (Capriano, 2009). Также стоит упомянуть интересный проект И. Лурье, в котором исследователь сопровождал торгового представителя в его поездках по городу и в результате выявил особенности функционирования «мобильного офиса» — практики осуществления офисных функций на ходу, за рулем автомобиля (Laurier, 2004). Примером среди российских исследований является метод «биографическая прогулка» (Стрельникова, 2012; Стрельникова, 2014), позволяющий провести реконструкцию жизненного пути в целом или отдельных событий благодаря биографическому импульсу, который дает прогулка по значимым для респондента местам. Комбинирование методов биографического анализа и мобильной техники позволило реконструировать своеобразные «пространственные карты памяти», проанализировать биографические сюжеты, соотносить с теми или иными маршрутами, местами, объектами.

2. *«Исследование как фильм» / видеоэтнография*. Это смешанная стратегия для сбора данных и презентации результатов, в которой социолог погружается в исследуемую среду (обычно в качестве участвующего наблюдателя) и комбинирует различные методы сбора данных (наблюдение, интервью с участниками, визуальные методы, анализ текстов, и др.). Собранные материалы используются для последующего монтажа фильма, позволяющего получить оперативную и наглядную информацию о динамике жизни сообщества, о его развитии на протяжении определенного времени, или об определенной социальной ситуации. Основная тематика таких фильмов-исследований может быть связана с социальным активизмом, с деятельностью молодежных субкультур, с этнографическими сюжетами, т. е. это такие исследовательские ситуации, в которых «не мобильный» исследователь практически не имеет возможности осветить проблему. В качестве примера можно назвать многосерийный фильм-исследование «Рожденные в СССР», в котором освещаются этапы взросления представителей одной когорты на фоне социальных потрясений и распада Советского Союза³, а также проекты Центра молодежных исследований НИУ ВШЭ (г. Санкт-Петербург) и НИЦ «Регион» (г. Ульяновск)⁴. К определенным недостаткам фильмов-исследований можно отнести их «неакадемичность»: при их создании используется особый стиль изложения материала, с акцентом на динамичном сюжете и с соблюдением особенностей языка и форм презентации, которыми пользуются наблюдаемые объекты. Также следует отметить, что съемка многих сюжетов может быть небезопасной для исследователя (не исключены конфликтные столкновения с другими субкультурами, с органами правопорядка и т. д.).

² Отметим, что в зарубежных методологических дискуссиях встречается более дробная разбивка: в частности, «интервью во время прогулки» (walk alongs) отделяют от «интервью во время поездки» (ride alongs). Подробнее см.: Mobile Lives Forum. URL: <http://en.forumviesmobiles.org/> (дата обращения: 12.10.2015).

³ Со структурой исследовательского фильма можно ознакомиться на официальном сайте проекта: URL: <http://rozhdennye-v-sssr.ru> (дата обращения: 12.10.2015).

⁴ См., напр., подборку фильмов-исследований: URL: <http://www.youtube.com/user/MityaOMelchenko> (дата обращения: 12.10.2015).

3. *Картографирование мобильности / дневники мобильности.* Это стратегия, подразумевающая фиксацию исследователем маршрутов, популярных мест, практик перемещения изучаемых индивидов в физическом пространстве посредством их рисунков, а также (как результат бурного развития новых медиа) посредством данных из геолокационных приложений, учитывающих перемещения людей и транспорта, и анализ комментариев, связанных с ними. Одной из предпосылок развития этой стратегии стала идея З. Баумана о том, что «...карты, которыми руководствуются в своем движении различные категории жителей, не совпадают (Бауман, 2008, с. 113–114). Одним из примеров является работа социальных географов Хайн, Эванс и Джонс (Hein, Evans, Jones, 2008).

4. *Исследование при помощи мобильных гаджетов, имеющих доступ к Интернету (телефонов, смартфонов, планшетов).* Эта стратегия близка к предыдущей. В данном случае мобильные гаджеты принимаются не только как часть повседневной реальности, но и как интерактивный («мобильный» и при этом находящийся онлайн) источник информации (Mobile Research Methods, 2015). Т. е. в данном случае свойство «мобильный» берет свое начало от мобильного телефона. В свою очередь, в контексте теорий медиа, мобильный телефон рассматривается как техническое устройство, которое радикальным образом перевернуло коммуникацию между людьми: вместо определенности места коммуникации, которую гарантировал стационарный телефон, теперь ключевой загадкой, которую стремится разрешить человек, набирающий чей-то номер, является определение контекста коммуникации и места его собеседника. «Ты где?» — этот вопрос Маурицио Феррарис ставит во главу своей книги, в которой он пытается описать сущность тех изменений, которым послужило широкое распространение мобильных телефонов. Например, подвижность и неопределенность места собеседника имеют такие последствия, как переопределение точки отсчета взаимодействий: «мобильный телефон находится не в квартире, а в кармане человека, он и есть этот человек» (Феррарис, 2010, с. 47). И лишь мобильный «человекофон», или, как бы выразился Роберт Люк (Luke, 2005, р. 185–205), — «phoneug», способен задать этот контекст, ответив на вопрос о своем местоположении. Эти изменения составляют сущность так называемой мобильной онтологии, в рамках которой переопределяются объекты, субъекты и средства определения их бытия, а затем и исследовательские приемы. В рамках этого направления ведутся дискуссии о достоверности данных, полученных от виртуальных «мобильных» респондентов, разрабатывается опросный инструментарий, адаптированный для пользователей мобильных приложений, и т. д. (Mobile Research Methods, 2015).

Данная классификация не претендует на полноту — она, скорее, служит первичным ориентиром в многообразии мобильных методов.

Ingress как городской мобильный квест: опыт мобильного исследования

1. Выбор кейса и его описание. Выбирая кейс для изучения при помощи мобильных методов, мы старались «поймать» ускользающий объект — новую разновидность городской мобильности, связанную с геймификацией города. Основной современный жанр городских игр — квест в городском пространстве, соединяющий в себе геолокационные возможности новых медиа, интерактивность (возможность быть «соавтором» контента в самом широком смысле) и активизацию базовых ролевых архетипов («своичужие», «герой», «мудрец» и т. д.) (Gordon, de Souza e Silva, 2011). Актуальность выбора данного объекта связана с тем, что подобные квесты, с одной стороны, порождают новый тип городской мобильности, и, с другой стороны, этот тип мобильности невозможно проанализировать «стационарно», т. е. его смыслы порождаются в движении. Т. е., в случае с городскими мобильными квестами, «нет движения» означает «нет понимания». В результате нами был выбран популярный городской мобильный квест «Ingress».



«Ingress» — это многопользовательская игра, которая устанавливается на мобильные телефоны и планшеты и основывается на принципах «дополненной» реальности и геолокационного позиционирования. Пользователь игрового приложения получает возможность, перемещаясь по городу, видеть на экране своего устройства игровые характеристики обычных физических объектов: городские достопримечательности (памятники, интересные вывески, арт-объекты) воспроизводятся на интерактивной игровой карте и дополняются особой «энергией» («х-материей»), которую нужно получить при посещении этого места, соревнуясь с другими⁵. Таким образом, реальная карта накладывается на альтернативную карту, насыщенную игровыми объектами, при этом физическое перемещение сопровождается действиями в этой альтернативной карте, и тем самым создается «гибридная реальность» для участников Ingress. Иными словами, игровые действия (для внешних наблюдателей — это просто перемещения от одних городских мест к другим с телефоном или планшетом в руке) проходят в реальном пространстве города, которое при этом отображается в гаджете участника. Игра была выпущена Niantic Lab (отдел Google) в 2012 г., и к настоящему моменту можно говорить о ее глобальном масштабе: по состоянию на июль 2015 г. число пользователей превысило 7 млн человек⁶.

2. Описание методологии исследования. В нашем исследовании «Ingress как городской мобильный квест» мы комбинировали такие методы, как *нэтнография* (наблюдение в режиме онлайн за событиями в игровых сообществах, картографирование через визуализацию игровой активности), полуформализованное *интервью* с участниками игры, а также включенное (участвующее, мобильное) наблюдение за игровыми практиками в городском пространстве, подразумевающее, в частности, «мобильное» освоение игровых практик посредством перемещений в городском пространстве (как самостоятельно, так и вместе с другими участниками игровых сообществ), и *анкетный онлайн-опрос*. Если вернуться к предложенной нами классификации «мобильных методов», то выбранный нами набор методов соотносится с первым, третьим и четвертым типами («интервью в движении», картографирование мобильности / дневники мобильности, исследование при помощи мобильных гаджетов, имеющих доступ в Интернет (смартфонов, планшетов). Мы предположили, что в результате такого комбинирования методов аспект мобильности будет наиболее значимым, а отдельные конфигурации методов будут выполнять триангуляционную функцию по отношению друг к другу.

Нами было проведено 8 интервью (средняя продолжительность интервью составила 70 минут), получено 497 онлайн-анкет, проведен анализ игровой статистики за период с 11.11.2014 по 4.02.2015. Интервью проводились по полуструктурированному гайду, в который входило обсуждение таких тем, как «коммуникация», «технологии», «повседневность», «воображаемое». Отбор информантов проводился среди участников Ingress методом «снежного кома» (было отобрано по 4 представителя обеих фракций: 5 мужчин и 3 женщины). Онлайн-анкетирование проводилось на базе сервиса surveymonkey.com, основными каналами распространения ссылки на опрос стали московские игровые

⁵ При первом запуске приложения пользователю сообщается, что мир находится в опасности из-за обнаружения «экзотической материи», и существует две противоборствующие фракции: «Resistance» (синего цвета) и «Enlightened» (зеленого цвета), к одной из которых предлагается примкнуть. Пополнив ряды одной из фракций, пользователь подталкивается к перемещениям по городу и «захвату» этих мест.

⁶ Речь идет о 7 млн реальных пользователей, в то время как число установок приложения превысило 12 млн. См.: Suckley M. Why Google's Niantic Labs is taking Ingress' success and scaling up to an open platform // Pocketgamer. 27.07.2015. URL: <http://www.pocketgamer.biz/news/61650/niantic-labs-platform-play> (дата обращения: 12.10.2015).

сообщества и встроенный чат⁷. Сбор игровой статистики осуществлялся в будни, в вечернее время, т. к. мы хотели избавиться от смещений в выходные дни и застать наиболее активную (вечернюю) фазу игры.

Переопределение понятий: что такое «мобильные» «приложения»?

Ingress как мобильное приложение наделено теми же свойствами, которыми обладает любое приложение, установленное на мобильном телефоне или планшете. Тем не менее обычное для слуха горожанина словосочетание «мобильные приложения» таит в себе определенный познавательный потенциал. На деле каждое из двух слов требует отдельного рассмотрения, а значит, и «оков» в виде кавычек. Лишь после тщательного анализа мы можем позволить себе раскрыть скобки, которые сдерживают «мобильные» «приложения», но, оказавшись снова вместе, эти слова будут иметь уже несколько иной смысл.

Для Маршалла Маклюэна игры являлись в первую очередь расширением наших «частных и социальных Я», в которых отражается картина мира уходящего поколения (Маклюэн, 2011, с. 269–279). Появление новых игр типа «Ты где?» (определение местоположения собеседника в случае звонка на мобильный телефон) стало возможным благодаря полноценному внедрению кардинально новых технологий. В то же время в таких играх обыгрывается бывшее несовершенство человеческой коммуникации, когда можно было «не найтись и не встретиться». Теперь такая задача переводится в игровой формат и решается (не без затруднений) по правилам и с использованием обычного набора гаджетов.

Но игра является расширением не только в смысле «расширения массовой реакции на повседневный стресс, инкорпорированной в единый динамический образ» (Маклюэн, 2011, с. 267). Игра опирается на новые возможности и расширения Я, обусловленные его переконфигурацией. «Я++» — «беспроводное двуногое», «электрический кочевник», «цифровой киборг» (Митчелл, 2012, с. 57, 65), «движущаяся комбинация» (Dant, 2004, с. 61–80), дальность и автономность действия которого ограничены лишь зоной покрытия и возможностями переносных устройств.

Таким образом, плагин-город, части которого то состыкуются друг с другом, то размыкаются, начинается с плагин-горожанина. «Приложение» в словосочетании «мобильные приложения» обозначает возможность доступа и подключения, которая появляется у расширенного Я. Примечательно, что слово «ingress» с английского и переводится как «доступ», «право входа». Но доступ к чему? С точки зрения игровой механики, видимо, подразумевается задача взломать и захватить портал, то есть игровой объект с фиксированным местоположением. На наш взгляд, «мобильное приложение» дает возможность гораздо большую. А именно, горожанин становится частью структуры, в которую входят не только игровые порталы, но и другие игроки, каждый из которых участвует в единовременном переопределении конфигурации Сети. Причем контекст взаимодействия между игроками определяется всякий раз в процессе координации их местоположений. Подвижные узлы Сети в виде «человекофононов» постоянно изменяют неподвижные узлы Сети в виде игровых порталов.

В то же время Амин и Трифт отмечают неудачность метафоры Сети так таковой (Амин, Трифт, 2002, с. 23). «Подвижность узлов» на языке сетевой структуры скорее означает включение/отключение конкретных отношений (связей) с другими сетевыми

⁷ Тем не менее охват опроса вышел за пределы Москвы и привлек внимание игроков по всей России. В результате в опросе приняло участие 709 респондентов, из которых 70% (497 человек) прошли его до конца и остались в финальной базе для анализа. Из 497 респондентов — 231 человек из Москвы и московской агломерации и 266 человек из других городов.



структурами. Всякий раз узел переопределяет себя и всю сеть, разрывая не релевантные и образуя новые отношения с другими узлами. Но в какой момент и где рождается тот смысл, который делает какие-то элементы релевантными и отбрасывает остальные? У нас складывается предположение, что именно практики совместной мобильности придают дополнительную значимость происходящему и делают те или иные отношения релевантными для образования более стабильных структур, будь то игровое сообщество или смысловой контекст городского пространства.

Больше, чем игра? Результаты мобильного исследования

Первый вопрос, который нас интересовал — это характеристики горожан, участвующих в мобильном квесте, как подвижных «узлов» в медиагороде: в каких отношениях игроки находятся с другими «узлами», где в основном протекает мобильный квест Ingress, какие цели преследуют игроки, и как игровая активность связана с образом жизни.

По результатам онлайн-опроса мы выяснили, что в среднем игроки пользуются приложением 2,5 часа в день. Мы также попросили игроков оценить различные возможности, которые им дает Ingress, от -3 до $+3$ баллов. В соответствии с полученными данными участники Ingress видят прелесть игры для себя в том, чтобы открыться новым впечатлениям (1,4), больше ходить по городу (1,3), знакомиться с людьми (0,9), при этом отвлечься от повседневности (1,6). Ingress в меньшей степени видится как средство уединения ($-0,9$), обретения внутреннего спокойствия ($-0,03$) и погружения в жизнь города ($-0,18$). Тем не менее довольно пограничные оценки указывают на то, что пользователи предпочитают как «волнительные-внешние», так и «успокаивающие-внутренние» стратегии игры:

Стал ли ты лучше ориентироваться в городе благодаря игре? Узнал ли о нем что-то новое?

«Да. Если ты без игры, и у тебя есть работа-дом, и ты добираться на метро, то есть ты садишься у себя, а выходишь там, то у тебя есть фактически два кусочка паззла, всего два. Когда ты с игрой, где-то пройдешь, по соседним областям, округам, районам, то ты начинаешь понимать, что ты там был, и у тебя начинает складываться картинка, как туда добраться, пешком или на транспорте, но обычно пешком. Ты когда-то по жизни бываешь в других районах, но, когда ты проходишь по ним вместе, они начинают складываться. Появляются разные открытия пешехода» (P2: муж., 26 лет, занимается поисковой оптимизацией, фракция Enlightened, играет 18 месяцев).

С точки зрения наиболее предпочтительных видов деятельности в рамках игры пользователи отмечают: возможность «ходить по городу» (1,8 — по шкале от -3 до $+3$), «общаться с другими участниками («агентами»)» (1,4), «изучать город» (1,3). Организаторские функции, среди которых поддержание коммуникации в сообществе (0,3), планирование игровых операций (0,5) и работа с новичками, привлекают гораздо меньшее число игроков ($-0,2$). Эти оценки говорят о том, что Ingress в большей мере используется в том ключе, который был предложен разработчиками. Преодолением довольно удобной игровой механики занимается меньшее число игроков, которые пытаются на базе имеющихся инструментов предложить что-то более сложное, чем случайные блуждания по городу.

В ходе исследования нам было интересно, насколько часто игроки начинают не устраивать предложенные игрой возможности и из-за чего они решают ее на время оставить. Выяснилось, что довольная большая доля игроков (52%) периодически забрасывали Ingress. Наиболее популярные причины, по которым пользователи забрасывали приложение: «было много дел» (35%), «личная жизнь» (25%).

Таким образом, преимущественной причиной отказа от игры является перераспределение временных ресурсов, которое требуется для полноценного участия в игровых процессах (в среднем 2,5 часов в день). Примечательно, что «угрозы насилия» (0,8%) и «испорченные отношения с другими игроками» (2%) основными причинами для отказа от игры не являются.

А с чем связаны твои активные — неактивные периоды игры?

«У меня был один активный период, потом неактивный. Во-первых, работа до 8 не очень располагает. Она располагает играть немного. Меньше времени. Плюс, сидеть на одном месте — играть тупо. Да, у тебя может быть что-то под боком, ты взял сбил, подобрал, и все. Игра требует: «Иди ходи». Идея в том, чтобы ходить в реальном мире. Плюс, еще что может повлиять: интересно, когда ты в разных местах бегаешь. Многие, понимаешь, ходят на работу — с работы. Скучно становится. Раньше я хотя бы у дома все оббегал. Интересно, хоть какой-то район у дома. Обошел, скажем. Но новые места нужны, там что-то есть» (P1: муж., 24 года, работает в страховой компании, фракция Enlightened, играет 6 месяцев).

Как мы видели, мобильный квест требует для себя много времени. Отсутствие времени — основная причина, по которой пользователи бросают играть. А есть ли у игроков время? Оказывается, 35% респондентов работают полный день с жестким графиком, еще 30% — полный день, но с гибким графиком, и лишь 24% обладают гибким графиком или не работают вовсе. Это указывает на то, что времени у пользователей на игру не так уж и много, а это значит, что затрачиваемое время — это время, которое, так или иначе, «теряется» в ходе перемещения по городу. Возможно, это время на дорогу или по делам.

Тем не менее игра способна вторгаться в привычные маршруты горожанина и предлагать ему нестандартные направления и форматы перемещения:

А по Москве вы много ходили? Вы изменили отношение к городу?

«Я в общем-то достаточно неплохо знал Москву и до этого, какие-то да, какие-то нет. Достаточно сильно много пришлось покататься по спальным районам, куда, в принципе человек достаточно редко попадает, если он там не живет» (P7: муж., 29 лет, программный архитектор, фракция Resistance (ранее — Enlightened), играет 20 месяцев).

Порой игровые перемещения не ограничиваются только освоением «невостребованных» частей города, но и включают в себя пребывание в знакомых районах, но в необычном составе и контексте:

В каких форматах протекает сотрудничество между игроками?

«С собаками, я думаю, это очень распространено, ходят по парку, хакают порталы. А по поводу машин, у кого есть машины, то они часто что-то делают прямо за рулем, это опасно конечно. Бывают всякие операции на машинах. Вот в декабре, например, была «Зеленая Москва». Чисто автомобильная операция. Люди собрались, и в результате на Садовом кольце было около 1100 зеленых порталов. Участвовало больше 70 человек и, по-моему, 13 машин» (P2: муж., 26 лет, занимается поисковой оптимизацией, фракция Enlightened, играет 18 месяцев).

Таким образом, игра может быть как автономным миром для специфического времяпрепровождения, так и «расширением» обычных повседневных практик. На это указывают и результаты опроса, где 53% респондентов сказали, что Ingress живет по своим



правилам, а 41% — что это лишь дополнение к повседневным делам, 6% затруднились с ответом.

Чтобы понять, какой потенциал городского пространства в большей степени реализует мобильная игра, мы попросили респондентов оценить от -3 до +3 разные высказывания об их образе жизни до того, как они начали играть в Ingress. В результате мы получили довольно позитивные оценки. В среднем игроки считают, что у них и так было много друзей (1), они и так много двигались по городу (0,6) и путешествовали (0,5). Самую низкую оценку получил вариант «Я и так хорошо знал Москву» — 0,6. Причем разброс составил от -1 «Скорее да, плохо знал» (Q1) до 2 «Хорошо знал» (Q3). Возможно, именно этот компонент — знание и представление города — в наибольшей мере восполняется в ходе игры. Впрочем, мобильные игры далеко не единственный формат знакомства с городом. Так, 74% респондентов предпочитают проводить свой досуг, прогуливаясь по городу.

Игры дополненной реальности предлагают механизмы, с помощью которых игрок может расширять смысловой контекст городского пространства. В частности, в Ingress широко используется опция «миссия», в рамках которой игроку предлагается пройти по специально подготовленному маршруту, состоящему из мест с описаниями и скрепленному одной темой.

Но ты всегда играешь с кем-то, не одна?

«Одной мне тоже очень нравится. Мне нравится, что сейчас ввели опцию миссий, это то, чего не хватало. Хотя, с другой стороны, у меня некоторые друзья говорят, что им не нравится, когда их куда-то направляют. Ведь Ingress это же как раз — свобода! Но как лишний стимул... Миссия — это необязательно ... Сейчас идет скользкий момент по поводу того, что надо создавать, какие имеют право на существование, а какие — нет. Например, пройти просто по аллее Космонавтов и прикоснуться к каждому порталу — конечно, замечательно. Но там либо должна подаваться дополнительная информация параллельно, либо какой-то интересный маршрут. Для некоторых миссий, с некоторыми друзьями, мы проходили, всё было очень грамотно составлено — называется «булгаковская Москва» (P8: жен., 27 лет, руководит Интернет-магазином, фракция Enlightened (ранее — Resistance), играет 13 месяцев).

Игровой потенциал: преодоление препятствий повседневности

Рассмотрим игровой потенциал городского пространства. Можно предположить, что там, где оно трансформируется, есть наибольшее сосредоточение препятствий, преодоление которых бросает вызов повседневности и рутине. С одной стороны, мобильная игра предлагает привлекательный контекст для передвижения по городу, с другой стороны, что дает простое перемещение? Всегда ли «лишнее» перемещение идет на пользу?

Что тебе больше всего нравится в игре?

«То, что я как-то двигаюсь. Я в принципе люблю гулять, а так гуляешь не просто так» (P1: муж., 24 года, работает в страховой компании, фракция Enlightened, играет 6 месяцев).

Следует отметить, что игра является привлекательной еще и потому, что дает пользователям контекст для свободного действия и целеполагания. Это не означает, что до игры такой возможности не было. Но не было среды, в рамках которой выдумки и находки игроков находили отклик у других «посвященных». Т. е. игра в первую очередь открывает пространство для появления новых задач и спонтанных впечатлений.

А в чем смысл «делать что-то большое»?

«У меня логика, что это приключение. Если что-то такое не замутить, то скучно. Неинтересно. Потом мы сами придумываем себе сам. Значит и смысл мы себе сами придумываем» (P4: жен., 22 года, студентка факультета клинической психологии, фракция Enlightened, играет 14 месяцев).

А чем тебе это мобильная игра заинтересовала?

«Тем, что надо ходить. В силу своей профессии, я, конечно, курьерствую, но сижу много на месте. А так не сидишь дома, куда-то идешь, у тебя нет цели, цели возникают сами по себе, пока ты идешь. Часто бывает такая проблема, что ты вышел сделать что-то одно, а возвращаешься в 2 часа ночи с убитыми ногами» (P8: жен., 27 лет, руководит Интернет-магазином, фракция Enlightened (ранее — Resistance), играет 13 месяцев).

Тем не менее единого мнения о том, как надо реализовывать потенциал мобильных игр, среди пользователей нет. То, что кажется лучшим в игре, другими отвергается, как постыдное.

А вот те вот товарищи, которые не стали лучше город от этого знать, они до этого, получается, и так городом не занимались?

«В большинстве своем нет. У нас была волна, вот как раз в 2013 году — довольно активно шли ребята из Ночных дозоров. Ну, они на самом этом уровне ночных дозоров и остались. Наибольшее удовольствие им доставляло то, чтобы носиться на машинах по городу, по вызову. Они играли в таких полицейских» (P3: муж., 35 лет, менеджер в научной лаборатории, фракция Enlightened, играет 20 месяцев).

Эти разногласия, с одной стороны, служат поводом для поиска новых игровых возможностей, с другой стороны, разделяют игроков, провоцируют появление иерархии занятий в рамках игры, что конечно не может негативно сказываться на потенциале переопределения городского пространства простыми пользователями. Иногда так возникают искусственные барьеры между разными игровыми аудиториями и теми опциями, которые предлагают разные игры.

В то же время неоднозначное влияние на расширение восприятия городского пространства оказывают экранные отношения, в которых город порой подменяется и заслоняется от игрока его виртуальной копией, полностью поглощающей внимание пользователя.

Заключение

Таким образом, использование мобильных методов позволило нам описать феномен городских мобильных квестов (на примере «Ingress»). Погружение в исследуемую среду (включенность и движение) дает нам возможность получить данные не только о самих перемещениях по игровому городскому пространству, но также о способах коммуникации, нормах, конфликтах, ритуалах и ролях, актуальных для участников Ingress. Мы выяснили, что отдельные точки города постепенно наполняются событиями и эмоционально окрашенными смыслами, так или иначе связанными с квестом. Также можно предположить, что в дальнейшем будет наблюдаться расширение геймификационных практик в городском пространстве, связанное с коммуникативными потребностями.

По данным нашего исследования, Ingress выполняет не только игровые (развлекательные) функции. Результаты перемещений участников Ingress в городском/игровом пространстве позволяют говорить о внеигровом потенциале мобильных игр. Во-первых,



возникают новые метафоры в описании городских маршрутов и новые ориентиры, которые служат маркерами социального распознавания. Во-вторых, в игровом формате участники знакомятся с историческими или просто интересными местами города, т. е. их пространственные практики связаны также с образовательными/познавательными задачами (например, пройти «миссию» — специально организованный маршрут). В-третьих, перемещения по городу приобретают новые смыслы, в том числе связанные со здоровым образом жизни: у участников заметно увеличивается время, которое они тратят на пешие прогулки. Кроме того, «игра» происходит в ситуации взаимодействия с другими людьми, благодаря чему возникают основы для новых неполитизированных солидарностей.

В то же время, в случае с мобильными играми, остается открытым вопрос о границах возможной игровой интервенции в городское пространство. Когда все же заканчивается игра и начинается город? Да, «игра обособляется от обыденной жизни местом и продолжительностью» (Хёйзинга, 2011, с. 31). Но что делать с мобильными играми, которые оперируют всегда- и вездесущими включениями/отключениями игроков? «Всякая игра протекает в заранее обозначенном игровом пространстве, материальном или мыслимом, преднамеренном или само собой разумеющемся» (Хёйзинга, 2011, с. 32). Если нет уверенности, что есть предварительные соглашения о границах игры, то, может, город — это само собой разумеющееся пространство игры?

Пытаясь ответить на этот вопрос в ходе нашего исследования, мы убедились в широких познавательных возможностях мобильных методов. Именно наша исследовательская «мобильность» (подвижность), подразумевающая перемещения вместе с изучаемым объектом, позволила нам понять и осмыслить содержание феномена городских мобильных квестов, которые, при их растущей популярности, остаются непонятными для тех, кто в них не включен. Рассмотрение мобильных игр в контексте игровых возможностей городского пространства (*playful urbanity*), а не в контексте «город как игровая доска» (*game board*), позволяет предположить, что принципиальной границы между игрой и городом нет, но есть континуум игрового/неигрового освоения городского пространства. Вместо оппозиции «игра — обыденное» по отношению к мобильным играм более продуктивно предложить другую, которая бы не лишала нас рамки игры. Поиск новых оппозиций будет предметом для наших следующих изысканий.

Литература

- Амин Э., Трифт Н. Внятность повседневного города / Пер. С. П. Баньковской // Логос. 2002. № 3–4. С. 209–233.
- Бауман З. Текучая современность. СПб.: Питер, 2008.
- Кордонский С. Г., Плюснин Ю. М. Социологические экспедиции кафедры местного самоуправления НИУ ВШЭ // *Laboratorium*. Журнал социальных исследований. 2015. Т. 7. № 2. С. 71–91.
- Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева; Зacl. ст. М. Вавилова. 3-е изд. М.: Кучково поле, 2011.
- Митчелл У. Я++: Человек, город, сети. М.: Strelka Press, 2012.
- Полухина Е. В. Morgan D. Integrating qualitative and quantitative methods: a pragmatic approach. SAGE Publications. 2014 // Социологические исследования. 2015. № 6. С. 168–170.
- Рогозин Д., Турчик А. Разговоры с учителями о реформах в образовании: социологическая экспедиция в школы Екатеринбургa // Телескоп: Журнал социологических и маркетинговых исследований. 2008. № 2. С. 34–47.
- Россия, которую мы обретаем. Исследования Новосибирской экономико-социологической школы / Отв. ред. Т. И. Заславская, З. И. Калугина. Новосибирск: Наука, 2003.
- Серто М. де. Практика повседневной жизни. Пространственные практики / Пер. с англ. Н. Эдельмана // Прогнозис. 2010. № 1 (20). С. 151–184.

Социологические наблюдения. Вып. 8: «Доступное жилье»: от строительных технологий к социальным новациям. По данным социологической экспедиции в г. Иркутск. Июль-октябрь 2007 // База Данных ФОМ. URL: <http://bd.fom.ru/report/cat/hosehom/npsoc0708> (дата обращения: 12.10.2015).

Стрельникова А. В. Перемещения в пространственных координатах: больше, чем географическая мобильность // ИНТЕРАкция. ИНТЕРвью. ИНТЕРпретация. 2014. № 8. С. 30–36.

Стрельникова А. В. Социология города: пространственные практики и жизненные траектории. М.: Тривант, 2012.

Трубина Е. Г. Город в теории: опыты осмысления пространства. М.: Новое литературное обозрение, 2011.

Урри Дж. Мобильности / Пер. с англ. А. В. Лазарева. М.: Праксис, 2012.

Феррарис М. Ты где? Онтология мобильного телефона / Пер. с ит. К. Тименчик, М. Устюжаниновой. М.: Новое литературное обозрение, 2010.

Хейзинга Й. Homo ludens. Опыт определения игрового элемента культуры. СПб.: Изд-во Ивана Лимбаха, 2011.

Büscher M., Urry J., Witchger K. Mobile Methods. London: Routledge, 2011.

Carpiano R. M. Come take a walk with me: The «Go-Along» interview as a novel method for studying the implications of place for health and well-being // Health & Place. 2009. Vol. 15, Issue 1. P. 263–272.

Dant T. The driver-car // Theory, Culture and Society. 21. 2004. P. 61–80.

Gordon E., de Souza e Silva A. Net Locality: Why Location Matters in a Networked World. // Regional Studies. 2011. P. 59–84.

Hein J., Evans J., Jones P. Mobile methodologies: Theory, technology and practice // Geography Compass. 2008. Vol. 2 (5). P. 1266–1285.

Kusenbach M. Street Phenomenology: The Go-Along as Ethnographic Research Tool // Ethnography. 2003 № 4 (3). P. 455–485.

Laurier E. Doing Office Work on the Motorway // Theory, Culture & Society. 2004. № 21 (4–5). P. 261–277.

Luke R. The Phoner: Mobile Commerce and the Digital Pedagogies of the Wireless Web. In Peter Trifonas, ed. Pedagogies of Difference. Routledge, 2005.

Mobile Research Methods. Opportunities and challenges of mobile research methodologies / Ed. by D. Toninelli, R. Pinter, P. de Pedraza. L.: Ubiquity Press Ltd, 2015.