катя колпинец

утешительный приз



18+

тайная жизнь закрытого интернета

Дивный новый мир

Екатерина Колпинец

Утешительный приз

«Эксмо»
2026

УДК 008.009
ББК 16.263.2

Колпинец Е. В.

Утешительный приз / Е. В. Колпинец — «Эксмо», 2026 — (Дивный новый мир)

ISBN 978-5-04-257278-4

Эпоха «успешного успеха», миллионных просмотров и безупречного медийного образа подошла к концу. В новой книге исследовательница медиа Катя Колпинец вскрывает душную реальность российской публичной жизни 2020-х. Глобальная сеть распалась на приватные чаты и нишевые сообщества: широкая известность стала опасной, а признание всё чаще ищут в узких кругах «своих». Автор показывает, как инфобизнес удовлетворяет массовый спрос на личную трансформацию, а терапевтический язык и разговор о травмах становятся новой стратегией самопродажи. «Утешительный приз» — книга о том, как изменились наши представления о любви, успехе, дружбе и искренности в мире, где быть видимым — значит быть уязвимым перед алгоритмами, травлей и государственным контролем.

УДК 008.009
ББК 16.263.2

ISBN 978-5-04-257278-4

© Колпинец Е. В., 2026
© Эксмо, 2026

Содержание

Пролог 6
Конец ознакомительного фрагмента. 9

Катя Колпинец
Утешительный приз. Тайная жизнь закрытого интернета

© Екатерина Колпинец, 2027
© ООО «Издательство „Эксмо“», 2027, Тропы

Пролог

Эта книга писалась с января 2025-го по март 2026-го. Инстаграм, фейсбук[1], вотсап, ютуб и телеграм недоступны на территории Российской Федерации. Отключения мобильного интернета «в целях безопасности» – рутина. Навык обходить блокировки – рутина. Но жизнь во всех перечисленных соцсетях и мессенджерах продолжалась вопреки запретам.

Как выглядела эта новая жизнь? Казалось бы, в новых условиях все вокруг только и должны были обсуждать: как быть, когда ты привык к доступному и свободному интернету, а он перестал быть свободным? Как быть, когда каждое слово нужно десять раз обдумать и взвесить перед публикацией?

На деле подобные дискуссии происходили на периферии, и публичными их можно было считать лишь условно. В официальном «большом» интернете царило единодушие – остались только реклама и пропаганда. Весь остальной интернет, существующий под прикрытием «туннеля прокси», распался на бесчисленные замкнутые группы, участники которых были далеки от того, чтобы с кем-то спорить или соглашаться. Гораздо интереснее стало наблюдать за тем, как и что теперь говорят, а не за тем, кто говорит.

Я писала первую книгу «Формула грез. Как соцсети создают наши мечты» в разгар пандемии. А опубликовала в сентябре 2022-го – во время «частичной мобилизации». Ее центральной темой были образы «жизни мечты» – визуальные штампы инстаграма и стоявшая за ними система культурных и социальных отношений. Характерной чертой этих отношений стала привычка судить о людях и окружающем мире на основании *видимости*. Говорить не о том, что «есть» и чего «нет», а о том, что видно и чего не видно. Тогда *существовать* в мире социальных сетей означало быть *видимым,* то есть непрерывно совершать *действия,* чтобы поддерживать свое присутствие в сети.

В послесловии к первой книге я писала:

«Образы безупречного постепенно истлевают на свалке контента. Если прошлое десятилетие было временем демонстрации себя с лучшей стороны, то новое выглядит временем уязвимости. Последние несколько лет спектр заметно изменился: теперь под картинками о „рабочем месте мечты“ и „путешествии мечты“ все чаще видны меланхоличные рассуждения о выгорании, депрессии, тревожности, важности бережного отношения к себе, принятии себя».

Четыре года спустя у меня есть два уточнения.

Первое. Безупречные образы, равно как и привычка смотреть сквозь них на себя и других, вовсе не истлевают. Скорее уязвимость, травма, тревожность и прочие атрибуты therapy speak теперь идут в комплекте с образами «жизни мечты». Даже когда социальные сети захлестывала очередная волна ненависти и отчаяния, мираж «лучшей версии себя» продолжал мерцать вдалеке. Привлекательный человек середины 2020-х способен создать образ чувствительного и ранимого субъекта в довесок к красивым картинкам. Уязвимость и выгорание стали частью персональной контент-стратегии, поскольку в смутные времена лучше говорить с аудиторией на языке тревожности, а не «успешного успеха».

Второе. Произошел пересмотр, возможно, главного понятия социальных сетей – аутентичности. И дело не только в наступлении эры ИИ и нейрослопа. Скорее, пользователи наконец стали рассматривать аутентичность как неотъемлемую часть самопродажи, а не как ее противоположность. Лучшей иллюстрацией здесь может служить молниеносный взлет и столь же резкое падение приложения BeReal.

---

[1] Instagram и Facebook принадлежат компании Meta, признанной экстремистской и запрещенной на территории РФ. – *Прим. ред.*

«Приложение года – 2022» по версии App Store, BeReal предложил пользователям новый формат – «антиинстаграм». По мнению маркетологов и разработчиков приложения, BeReal должно было застать вас врасплох. Так создатели социальной сети представляли ответ на поток выверенных фотографий и назойливого сторителлинга в инстаграме.

BeReal работал следующим образом: в случайное время пользователям приходило push-уведомление, после чего запускался двухминутный обратный отсчет – включались фронтальная и основная камера. В одном снимке получались селфи и вид перед вами одновременно. Фотография публиковалась без фильтров и была видна в ленте только вашим друзьям, причем лишь тем из них, кто сегодня уже опубликовал собственное фото. Если лицо оказывалось вне фронтальной камеры, всплывало еще одно уведомление: «Ваши друзья хотят вас видеть!» Лента обновлялась каждые 24 часа. В приложении не было лайков.

На протяжении 2010-х негласный договор социальных сетей держался на коллективном представлении, будто вы видите *реальную* жизнь *реальных* людей, но на деле в это мало кто верил. В инстаграме с первых лет существования доминировали выверенные снимки, а само приложение первоначально ориентировалось на людей творческих профессий – художников, стилистов, дизайнеров, тревел- и лайфстайл фотографов. По большому счету культура инфлюенсеров возникла только благодаря одному приложению. За шестнадцать лет существования инстаграм создал и нормализовал глобальную систему личного брендинга, равной которой не существует до сих пор.

В представлении разработчиков BeReal их продукт должен был дать людям передышку от погони за вниманием и успехом. Но вопреки их ожиданиям важность личного бренда никуда не исчезла, зато инстаграм через некоторое время получил новое небольшое дополнение – в виде характерного для BeReal небольшого селфи-окошка в верхнем левом углу основного кадра.

Всего год спустя популярность BeReal резко пошла на спад. Тогда же, в 2023 году, приложение купила за 500 миллионов евро французская игровая компания Voodoo[2]. Закончилось все предсказуемо: в мае 2026 года руководство Instagram объявило, что запускает «Instants»[3] – заимствованную у BeReal функцию для обмена «подлинными», исчезающими фотографиями, которые можно посмотреть только один раз в течение 24 часов.

История BeReal не о том, что аутентичность – фейк или что ее уничтожил интернет. Она об относительности и условности любой сетевой аутентичности и о том, что аутентичность сама по себе никого не интересует. Всегда важен контекст и наличие публики, способной вынести суждение о том, что аутентично, а что нет.

Поэтому человек, о чьей «аутентичной» личности и поступках вы привыкли судить только на основании *видимости* – это в первую очередь превосходный перформер, манипулятор образами, способный мгновенно считывать реакцию аудитории, думать о форматах, адаптировать свою цифровую персону к горячим трендам.

Первоначально идея второй книги была связана с темой моей кандидатской диссертации – культурой интернет-селебрити. В ней я подробно рассматривала главные отличия популярных блогеров и инфлюенсеров от классических знаменитостей – голливудских звезд и звезд шоу-бизнеса. Вкратце главное отличие заключалось в том, что интернет-известность – это всегда практика и процесс, а не статус, принадлежащий конкретному человеку. Практика «знаменитости» и статус знаменитости – разные вещи. Первая напрямую зависит от непрерывной связи с аудиторией, второй существует за счет дистанции с «обычными людьми». В финале я рассматривала три основные практики культуры интернет-селебрити: личный бренд, перформанс аутентичности и эмоциональный труд.

---

[2] *Chardonnet H.* After 3 years and zero profits, this is BeReal's best chance to monetize // Fastcompany, 18.06.2024. URL: https://www.fastcompany.com/91142485/voodoo-bereal-monetization.

[3] Introducing Instants: A New Way to Share in the Moment // Meta Newsroom, 3.05.2026. URL: https://about.fb.com/news/2026/05/instants-share-in-the-moment/.

Я планировала показать, как работают все три практики на примерах конкретных людей. Поэтому первый вариант книги я задумала как серию портретных очерков о людях, определивших облик русскоязычного ютуба и инстаграма: Анастасия Ивлеева, Елена Блиновская, Юрий Дудь[4], Алексей Навальный[5] и Navalny Live, Евгений Badcomedian Баженов[6], Илья Мэддисон, Ольга Бузова, Алишер Моргенштерн[7]. Каждый из героев в свое время вызвал небывалый резонанс, изменил массовые представления о социальных сетях, публичности, блогинге. Также меня интересовало, как личная история каждого из героев стала отражением перемен в российской политике и культуре последних десяти лет. В первую очередь – перемен в отношении властей к социальным сетям: от снисходительного пренебрежения к пристальному вниманию, преследованию, запретам.

Спустя несколько месяцев я решила отказаться от этой идеи, поскольку поняла, что меня больше интересует не кто, а *что и как*. А еще в куда большей степени меня интересовала *сетевая невидимость,* чем видимость блогеров-миллионников. Именно в далеких от массовой аудитории и миллионов просмотров сетевых местах можно было уловить чувство момента.

За прошедшее десятилетие видимость (и ее предельное состояние – вирусность) стала синонимом успеха, а сама способность долгое время быть видимым – едва ли не главной целью блогерской работы. Причем быть видимым необходимо как для аудитории, так и для алгоритмов социальных сетей. Физик Майкл Гольдхабер, автор концепта «экономики внимания», рассуждал так: «Чем больше ваша одновременная аудитория, тем больше будет ваша потенциальная аудитория в будущем»[8]. Вряд ли он мог представить, каким оригинальным образом его идеи будут прочитаны в России после 24 февраля 2022 года.

Всего шесть лет назад видимость понимали как возможность влияния на аудиторию, но теперь для российских пользователей – как для профессиональных блогеров, так и для обычных людей – быть *видимым* в первую очередь означает быть видимым для государства. Публикуя в соцсетях провокационный стендап или видео приготовления кальяна на куличе[9], нужно готовиться к возбуждению уголовного дела, а не к повышению охватов. Добавьте к этому признание Meta экстремистской компанией уже в первые месяцы 2022 года, замедление и демонетизацию ютуба, десятки уголовных дел за фейки и дискредитацию армии, блокировку телеграма, «белые списки», повсеместные шатдауны мобильного интернета, признание Юрия Дудя и Моргенштерна иноагентами, пять лет колонии Елены Блиновской, публичную травлю Анастасии Ивлеевой после голой вечеринки – и вы получите примерное представление об экономике внимания в России 2020-х. Публичные скандалы, разоблачения, целенаправленный хейт стали ассоциироваться с профессиональными провластными или, наоборот, оппозиционными авторами контента, для которых ругань – работа, а не вопрос личных пристрастий.

---

[4] Признан Минюстом РФ иностранным агентом. Внесен в перечень лиц, причастных к экстремистской деятельности и терроризму. – *Прим. ред.*

[5] Внесен в перечень лиц, причастных к экстремистской деятельности и терроризму. – *Прим. ред.*

[6] Признан Минюстом РФ иностранным агентом. – *Прим. ред.*

[7] Признан Минюстом РФ иностранным агентом. – *Прим. ред.*

[8] *Goldhaber M.* The attention economy and the net // First Monday, 07.04.1997. URL: https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/519/440.

[9] Речь о Ксении Белоусовой, которую мировой суд в Лефортово признал виновной в оскорблении чувств верующих за то, что она опубликовала в соцсетях видео приготовления кальяна на куличе, и приговорил к трем годам колонии. Спустя три недели приговор был обжалован, и Белоусова вышла на свободу. См.: *Черненко Н.* Приготовившую «кальян на куличе» москвичку приговорили к трем годам колонии // Коммерсантъ, 27.05.2026. URL: https://www.kommersant.ru/doc/8691144.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, купив полную легальную версию на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.