

ГОРОДСКОЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ

УДК 316.334.56

Научная статья

Любовь Алексеевна Чернышева✉

канд. социол. наук, научный сотрудник, Социологический институт РАН — филиал Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН. Россия, 190005, Санкт-Петербург, ул. 7-я Красноармейская, 25/14; l.a.chernysheva@gmail.com

ПРАКТИКИ ШЕРИНГА В БОЛЬШОМ ЖИЛОМ КОМПЛЕКСЕ

Статья посвящена альтернативной экономике новостроек. В ней на примере ЖК «Северная долина» в Санкт-Петербурге рассмотрены соседские обмены вещами, купля-продажа и дарение, осуществляющиеся на базе онлайн-группы соседства на платформе «ВКонтакте». Автор предлагает новую концептуализацию понятия шеринга и, обращаясь к данным цифровой этнографии, показывает, что подобные взаимодействия между соседями могут рассматриваться как шеринговые практики, ориентированные на поддержание общего ресурса — потока вещей, циркулирующего по территории жилого комплекса.

Ключевые слова: шеринг, соседство, новое жилое строительство, городские совместности, альтернативная экономика.

Для цитирования: Чернышева Л. А. Практики шеринга в большом жилом комплексе // Социология города. 2022. № 3. С. 5—21. DOI: 10.35211/19943520_2022_3_5

Введение

Соседи, [адрес дома], есть у кого на 2 дня раскладушка?! родственники приехали спальных мест не хватает.

Добрый день, соседи! Может кто-нибудь одолжить перфоратор, буквально один шкафчик повесить))) Заранее благодарю¹.

Такие посты то и дело попадают на странице жилого комплекса «Северная долина», созданной его жителями на платформе VK.com. Этот жилой комплекс расположен в периферийном новом районе Санкт-Петербурга и

¹ Здесь и далее курсивом приведены цитаты из сообщений на стене онлайн-группы ЖК «Северная долина» на платформе «ВКонтакте». Авторская орфография и пунктуация сохранены.

насчитывает уже около 100 тыс. жителей, продолжая расти. Большинство домов 29-этажные, в каждом этаже от 8 до 16 квартир. Хотя знакомы с соседями немногие жильцы (Тыканова, Тенишева, 2020), нельзя сказать, что этот район — пространство тотальной анонимности и индивидуализма. Уже упомянутая группа «ВКонтакте» соединяет жителей и создает пространство для обсуждения множества общих вопросов, от неправильной парковки и уборки за собаками до самоуправления и помощи соседям. В «Северной долине» сформировались особое *гибридное соседствование* (Чернышева, Гизатуллина, 2021), основанное на хитросплетении онлайн- и офлайн-практик. Эта статья раскрывает один из аспектов функционирования гибридного соседствования, который иллюстрируют представленные выше посты: жители регулярно используют соседскую онлайн-площадку, чтобы предлагать или запрашивать друг у друга разнообразные товары и услуги. Какие же отношения скрываются за такими постами о продаже, обмене и дарении?

Рассматривая аналогичный жилой комплекс в Петербурге, Ольга Громышева называет такие взаимодействия шерингом (Gromasheva, 2021), одной из форм альтернативной экономики (Gibson-Graham, 1996; Healy, 2009). Шеринговая экономика строится на базе цифровых сервисов, которые обеспечивают доступ к товарам и услугам для продажи, обмена или пожертвования. Последние годы шеринговые сервисы набирают популярность и развиваются не только в области обмена вещами, но и городской мобильности, труда, аренды недвижимости, туризма и многих других — можно согласиться, что «наше общество переживает шеринговый поворот» (Grassmuck, 2013: 18).

Шеринговая экономика обычно определяется в широком смысле как основанная не на владении, а на получении временного доступа к товарам и услугам (Keumolen, 2013; Belk, 2014). Такое широкое определение, с одной стороны, исключает, например, обмен вещами на странице «ВКонтакте»: участники, находясь в равных позициях, в этой ситуации не открывают временный доступ к своим вещам, но навсегда передают право владения. С другой стороны, такое определение позволяет считать шеринговой экономикой коммерческие проекты аренды, в которых владельцем ресурса выступает частная компания — например, городские схемы велопроката (bikesharing). Чтобы отличить шеринговую экономику от бизнес-моделей, основанных на временной аренде, некоторые исследователи предлагают термин «псевдошеринг» (Belk, 2014) и вводят дополнительный критерий, предлагая называть шеринговыми только те проекты, что основаны на взаимодействии равных агентов (peer-to-peer) (Pachenkov, Yashina, 2017). Таким образом, можно определить шеринг как взаимодействие равных участников, опосредованное цифровыми платформами и основанное на коллективном доступе к некоторому ресурсу.

В этом определении особое внимание я хочу уделить понятию «коллективный доступ». В этой статье я проблематизирую коллективный доступ как критерий отличия шеринговой экономики, показывая его связь с концепцией шеринга в социальной антропологии (Belk, 2010). В качестве альтернативы я предлагаю связать шеринг с формированием городских совместностей (urban commons) (Chatterton, 2010; Linebaugh, 2014; Stavrides, 2016) или практиками коллективной заботы о различных ресурсах на некоммерческой основе и в интересах сообщества (Чернышева, 2022).

На примере анализа соседских отношений на границе онлайн и офлайн я покажу, как организована шеринговая экономика петербургских новостроек, сделав акцент на том, как формируется коллективный доступ и что становится «ресурсом» в рамках отношений шеринга. В частности, я продемонстрирую, что товары и услуги, которые жители новостроек предлагают друг другу, сами по себе не являются таким ресурсом, каким могут показаться на первый взгляд. Напротив, объектом шеринга в новостройках становятся не отдельные товары/услуги, а поток, обеспечивающий циркуляцию этих товаров и услуг на территории жилого комплекса, переходящих из одного режима собственности в другой, от одного собственника к другому. Прямые соседские обмены, продажи, пожертвования, предоставление услуг, а также цифровой контроль над этими экономическими транзакциями в этом смысле являются практиками шеринга, а практики, связанные с обеспечением доступа к этому потоку и поддержанием его интенсивности и содержания, превращают поток в городскую совместность.

В основу этого текста легли эмпирические данные, собранные в 2018 г. в рамках стратегии цифровой этнографии, сочетающей анализ постов, опубликованных на странице ЖК «Северная долина», и интервью с администраторами этой страницы, а также с жителями, участвующими в практиках обмена, дарения и продажи.

Альтернативная/шеринговая экономика

Понятие «альтернативная экономика» тесно связано с исследовательским фокусом на некапиталистических формах производства, обмена и потребления. Она строится на принципах, противоположных мейнстримной рыночной экономике, существующей в логике капитализма: ее отличают неформальность, горизонтальность, опора на сообщество и отказ от извлечения прибыли (Healy, 2009). Другой подход к определению альтернативной экономики уходит от бинарности и оппозиции мейнстриму в сторону диверсификации экономических практик (Gibson-Graham, 1996). Следуя идеям Карла Поляни (Polanyi, 2001), исследователи альтернативной экономики очерчивают разнообразие экономик и призывают не рассматривать те практики, что развиваются за пределами рынка, как маргинальные и незначительные. Напротив, их стоит внимательно анализировать как «внутренне неоднородные пространства, состоящие из множественных процессов, связанных с классовыми характеристиками, механизмов обмена, форм труда и вознаграждения, финансов и собственности» (Healy, 2009: 338).

Шеринговую экономику представляют как одну из разновидностей альтернативных экономик. Ее можно широко определить как основанную не на владении ресурсами (товарами, услугами), а на получении временного доступа к ним (Keumolen, 2013; Belk, 2014). Определение часто дополняется акцентом на цифровых платформах, организующих получение доступа (Belk, 2014). Попытки рассматривать конкретные примеры шеринговой экономики приводят к тому, что определение проблематизируется: неясно, являются ли равноценными шеринговыми проектами коммерческие Uber и AirBnB, вовлекающие людей в рыночные отношения с использованием собственности, велшеринговые схемы в городах, принадлежащие крупным банкам, и проект «Стройшеринг», в рамках которого горожане обмениваются оставшимися от

ремонта материалами и избегают их утилизации. Разнообразие организационных форм шеринговых сервисов и принципов работы требует поиска более строгих конституционных признаков.

Является ли шеринг действительно «альтернативной» экономикой? С одной стороны, шеринг реструктурирует глобальную экономику, поскольку цифровые платформы, лежащие в его основе, «разрушают существующую организацию экономической деятельности, сбрасывая входные барьеры, изменяя логику создания стоимости и извлечения прибыли, переупаковав работу и/или перераспределив власть в экономической и сетевой системе» (Kenney, Zysman, 2015). Шеринг находится в оппозиции гиперпотреблению ресурсов, предстает экологичной и устойчивой формой экономической активности и даже «следующим этапом эволюции в фундаментальной реструктуризации экономики» (Cohen, Kietzmann, 2014). С другой стороны, исследователи полагают, что подобный оптимизм наивен, и в действительности шеринговые сервисы лишь дискурсивно эксплуатируют идеи устойчивости, построения сообществ, сохранения ресурсов и другие (Cheng, 2016), в то время как строятся на все тех же принципах извлечения прибыли, характерных для капитализма. Шеринг, таким образом, это всего лишь новая форма внутри привычной неолиберальной структуры (Martin, 2016). Хотя шеринг предстает альтернативой «традиционным» эксплуатационным трудовым отношениям, превращая людей в микропредпринимателей, в действительности цифровые платформы превращаются в пространства гиперконтроля над низкооплачиваемыми прекарными работниками (Slee, 2015).

В этих дебатах обе стороны рассматривают шеринг как исключительно экономические отношения. Шеринг чаще изучают как бизнес-модель (Cohen, Kietzmann 2014) экономисты и специалисты по предпринимательству и маркетингу. Вовлеченные в шеринговые практики люди предстают в таких исследованиях потребителями и клиентами со свойственными им потребностями (Belk, 2010; Wittel, 2011). Некоторые исследователи проблематизируют социальные эффекты развития шеринговых сервисов и рассматривают, является ли такая экономика новой формой взаимодействия и сотрудничества, которая обеспечивает преобразование богатства и распределение власти (Kenney, Zysman, 2015), расширяет права и возможности людей (Tapscott, Williams, 2006) и структурирует сообщество (Botsman, Roo, 2010; Kenney, Zysman, 2015) или же выступает лишь еще одной формой вторжения капитализма в область неэкономических отношений (Martin, 2016).

Как видно из этого краткого обзора, понятие «шеринг» находится в некотором кризисе, поскольку разные дисциплины стремятся по-своему связывать его с экономической деятельностью, опосредованной цифровыми технологиями. Чтобы выделить в этом беспорядке проекты, которые действительно представляют альтернативную экономическую модель, некоторые исследователи предлагают обратить внимание на критерий равного статуса участников взаимодействия (peer-to-peer) (Pachenkov, Yashina, 2017). Получается, можно выделить четыре критерия шеринговой экономики: взаимодействия равных участников, опосредованные ИКТ, основанные на коллективном доступе к некоторому ресурсу и имеющие некоммерческий характер.

В этом определении можно подвергнуть проблематизации каждый из критериев, однако я хочу уделить внимание одному — коллективному досту-

пу к ресурсу. Рассмотрение этого критерия, на мой взгляд, может открыть новые перспективы в понимании шеринга, предложив альтернативу представленному определению. Я утверждаю, что рассматривать коллективный доступ к ресурсам необходимо, опираясь на концепцию шеринга как социальных отношений, представленную в следующем разделе.

Реконцептуализация шеринга

Реконцептуализацию шеринга можно начать с обращения к «корням» этого термина — они представлены в антропологических исследованиях. Хотя многие статьи, посвященные шеринговой экономике, ссылаются на работы Рассела Белка (Belk, 2007; Belk, 2010), одного из самых влиятельных исследователей экономики совместного потребления, они как будто упускают идею, представленную в этих работах. Р. Белк сосредоточивается на антропологической стороне шеринга и деконструирует этот тип отношений, выделяя его прототипические характеристики. Он утверждает, что шеринг — явление не новое, это базовый тип общественных отношений, который не может быть сведен ни к товарному обмену, ни к дарению. Прототипом экономического обмена является бартер или сделка купли-продажи. «Чистое» дарение отстранено от рыночных отношений и конституируется (в отличие от товарного обмена или рутинного дележа) посредством специальных церемоний и ритуалов (Belk, 1996). Наконец, прототипом шеринга являются семейные отношения: ресурсы распределяются поровну между всеми членами, включая детей, которые могут не участвовать в их производстве. Более того, родительские отношения, а именно материнство, предполагает разделение с другим человеком тела матери и ее молока (Belk, 2007; Belk, 2010). Итак, если дарение или обмен различить не так просто, шеринг отличается от них радикально, поскольку он является односторонней сделкой, не требующей «ответа» (Hunt, 2005).

В целом шеринг подразумевает, что некоторая группа людей имеет доступ к определенному ресурсу и использует его. Однако коллективный доступ является необходимым, но недостаточным критерием. Потребление в семье как прообраз шеринга высвечивает еще одну существенную (хотя и скрытую) сторону этого типа социальных отношений. Поскольку шеринг не предполагает различия сторон, участвующих в этой практике, он устанавливает взаимное владение потребляемым ресурсом, а также предполагает заботу о нем (Belk, 2010; Bruun, 2015; Metzger, 2015).

В этом смысле известные шеринговые сервисы имеют мало общего с шерингом как социальным отношением. В городских велопрокатах велосипеды принадлежат крупным компаниям, которые предоставляют доступ к своим ресурсам: ожидается, что городские жители будут пользоваться ими, не заботясь о них и, соответственно, не участвуя в управлении такими системами. Совместные места в автомобилях, предоставляемые Uber, опять-таки являются лишь временно используемым ресурсом: их обслуживание не требует участия пользователя. Упомянутая выше российская шеринговая инициатива «СтройШеринг», помогающая людям обмениваться материалами для

ремонта квартиры, также не является шерингом, так как вещи просто меняют владельца и никакого «общего ресурса» в этом процессе не формируется².

Таким образом, если никакой заботы не обнаруживается, я полагаю, мы скорее имеем дело с феноменом совместного потребления (*collaborative consumption*) — еще одним широко распространенным понятием (Algar, 2007; Botsman, Roo, 2010). Во многих случаях это понятие используется как синоним шеринга (например, Намари и соавт., 2016; Martin, 2016; Бочарова, Ечевская, 2014). Однако коллективное пользование включает также и совместное производство (John, 2013), выраженное в заботе о ресурсах потребления, в то время как шеринг «определяет нечто как *наше*» (Belk, 2007: 127), коллективное потребление товаров и услуг не всегда требует отношения к ним как к «нашим» и вытекающих отсюда практик заботы о них.

Поскольку шеринговые практики связаны с коллективным доступом, заботой и воображением о ресурсе как «нашем», они связаны с процессом производства совместностей (*commons*) (см. подробный разбор в: Чернышева, 2020). Шеринговые практики становятся конституирующим началом для совместностей, которые по своему определению находятся за пределами государства и рынка и противостоят рыночной логике (Chatterton, 2010; Stavrides, 2016; Linebaugh, 2014; Harvey, 2011; Hardt, Negri, 2009). Совместности всегда являются чем-то, что разделяют (или «шерят») (Walljasper, 2010): это происходит и в рамках совместного производства в одном пространстве, и в рамках потребления произведенного (Stavrides, 2016).

Таким образом, практики шеринга тесно связаны с (вос)производством совместностей. Это означает, что необходимо внимательнее рассматривать всю структуру совместностей (ресурс, правила и сообщество) (Кир и соавт., 2015), чтобы понять, как устроен шеринг в конкретном случае. В следующих частях я представлю результаты эмпирического исследования и покажу, что несмотря на то, что отношения купли-продажи нельзя рассматривать как форму совместностей (Linebaugh, 2014), в изучаемом случае эти практики (среди множества других) действительно являются шеринговыми практиками и конституируют городскую совместность.

Инфраструктура шеринга в «Северной долине»

Интернет-сообщество жителей «Северной долины» называется «Парнас Сити | Форум», организовано на платформе «ВКонтакте» и соединяет 50 тыс. подписчиков. Эта страница — часть большой сети публичных страниц, организованных и поддерживаемых одной группой местных активистов: другие страницы сети тематические, они соединяют, среди прочего, владельцев домашних животных, родителей и тех, кто интересуется быти-практиками и ЗОЖ. Страница, оказавшаяся в фокусе этого исследования, является разнотематической и наиболее активно используемой. Она появилась в 2010 г., но в текущем формате начала свою работу в 2014 г. Платформа «ВКонтакте» до-

² Однако идея экологичного перераспределения стройматериалов, заложенная в проект, делает его шерингом: общим ресурсом в таком случае предстает будущее планеты и исчерпаемых ресурсов и ископаемых, чистого воздуха и т. д. Забота о природе выражается в отказе от перепотребления и утилизации опасных для природы веществ в составе стройматериалов.

пускает два раздела взаимодействия пользователей на странице. Первый раздел «Обсуждения» организован как «классический» интернет-форум: сообщения отображаются в хронологическом порядке, самые поздние находятся внизу треда; сообщения классифицируются по темам. В силу некоторых особенностей интерфейса отслеживание «обсуждений» требует от пользователя целенаправленных действий: они должны открыть список страниц-подписок, выбрать нужную страницу, прокрутить страницу до раздела «Обсуждения», затем выбрать нужную тему, пролистать все страницы треда до последнего сообщения или воспользоваться поиском, после чего оставить свой комментарий, если есть необходимость. Количество пользователей, которые проделывают эту работу и следят за «Обсуждениями», меньше по сравнению с количеством тех, кто следит за сообщениями в другом разделе — на стене страницы «ВКонтакте»: эти посты автоматически появляются в новостных лентах подписчиков и собирают до 10 тыс. просмотров каждый. Хотя в шапке страницы администраторы предлагают «задать свой вопрос, запостить красивое фото, а также поделиться любой новостью, касающейся жизни района», посты на стене не появляются автоматически, а находятся под модерацией администраторов, которые решают, стоит ли публиковать тот или иной предложенный подписчиками пост. Стена группы, таким образом, становится коллективно созданной «газетой» без ведущего автора. Это настолько популярная платформа, что каждый день публикуется от 40 до 50 постов (лимит «ВКонтакте» — 50 постов в день). На момент сбора данных (март 2018 г.) на стене страницы было найдено более 30 тыс. постов, в конце 2022 г. — более 95 тыс.

Некоторые посты остаются без внимания подписчиков, другие же получают сотни лайков и комментариев. Приблизительный подсчет, основанный на сплошном анализе постов, вышедших в течение трех недель в разные месяцы 2018 г., показывает, что около 25 % всех постов связаны с соседскими обменами, продажами или дарением вещей. В 33 % случаев пользователи предлагают товары или услуги, в 67 % они просят соседей поделиться на время, отдать или продать им какие-то вещи. Разнообразие объектов и услуг в этих объявлениях впечатляет: различные строительные материалы, инструменты и услуги для ремонта квартир, мебель, бытовая техника, матрасы, автомобильные/велосипедные детали или помощь с их обслуживанием, игры и игрушки, медицинские приборы или лекарства, билеты на концерты, домашние животные и товары для них, спортивное оборудование, музыкальные инструменты, услуги лечения, ухода за детьми, пожилыми, животными, растениями и многое другое.

В следующей части я сфокусируюсь в большей степени на практиках, связанных с обменом, продажей, покупкой и дарением вещей, оставив услуги на втором плане. Действуя в рамках стратегии цифровой этнографии (Hine, 2015), я проследила взаимодействие подписчиков соседской страницы «Северной долины» на выборке в 200 постов с комментариями, а дополнила эмпирический материал 15 полуструктурированными интервью с подписчиками и администраторами группы.

Вещи, потоки и расширенная собственность

Хотя разнообразие вещей, появляющихся на странице «ВКонтакте», очень велико, их всех объединяет трансформация, которую они переживают,

перехода в цифровое пространство. Этот переход связан с проявлением несоответствия объективной и субъективной ценности предмета — или, используя классические политико-экономические термины, несоответствия меновой и потребительной стоимости. Представьте, что предмет (например, книжный шкаф) все еще (объективно) хорошо функционирует, но из-за своего размера не имеет больше ценности (субъективно) для домохозяйства, которому он принадлежит. Есть две стратегии, как от него избавиться: 1) выбросить, 2) подарить/продать другому домохозяйству или же обменять на что-то. Первая актуальна для случаев, когда предмет объективно совершенно бесполезен (например, сломанный книжный шкаф); вторая вытекает из идеи, что для некоторых других людей его субъективная ценность все еще высока. Это несоответствие выражается в типичном комментарии, сопровождающем публикацию о продаже/дарении/обмене: «жалко выбрасывать». Частым объяснением может быть следующее: *Если у кого-то есть ненужные игрушки, почему не отдать просто так?*

Задача сводится к поиску людей, заинтересованных в вещи. Архитектура цифровой площадки вполне подходит для такой процедуры: все запросы и предложения, представленные на стене страницы «ВКонтакте», сразу же появляются в новостных лентах подписчиков. Это основной механизм, который преобразует вещи в репрезентации. С момента публикации на странице «ВКонтакте» вещи включаются в *поток* товаров и услуг, циркулирующих по жилому комплексу. Этот поток одновременно «реальный», «виртуальный» и «потенциальный». Поскольку предметы циркулируют от человека к человеку (купленные детские ботинки через полгода уже нужно продавать другим — ребенок вырос), поток реален. «Виртуальным», или «цифровым», его можно назвать, поскольку он становится видимым благодаря цифровым репрезентациям вещей. Наконец, поток «потенциальный», поскольку жители, участвующие в практике онлайн-обмена, владеют и хранят в своих квартирах предметы, которые потенциально, в перспективе принадлежат другим людям (те же детские ботинки покупают с перспективой продажи). Несмотря на то, что биографию одного предмета сложно проследить, собранные данные показывают, что после появления в онлайн-пространстве предметы включаются в целую серию обменов. Обратите внимание на следующие слова Ольги, одной из жительниц «Северной долины»:

Если я что-то взяла [у соседки], но мне это как-то не подошло, ну или моя дочь, например, выросла и ей эта вещь уже не подходит, я всегда могу передать ее кому-то дальше.

Жители подключаются к такому *потoku*, берут из него какие-то вещи и затем передают их же (или другие предметы) в руки соседям. Иногда они даже забывают, кому конкретно из соседей принадлежат предметы, которые они одолжили онлайн:

Некоторые вещи разбросаны по квартире. Человек даже не помнит, чьи там вещи! Вы должны напомнить: эй, это не мое ли? Когда ты собираешься вернуть? (интервью с Алисой, жительницей «Северной долины»).

Таким образом, поток сам становится ресурсом: люди получают к нему свободный доступ, подключившись к группе «ВКонтакте». Следовательно, элементы этого потока не являются полностью частными вещами. Скорее,

они существуют в своего рода гибком режиме собственности, который можно охарактеризовать как *расширенное владение*: этот термин подчеркивает потенциальность и текучесть собственности как социального отношения.

Забота о потоке, или Практики производства совместности

Поток вещей, описанный в предыдущей части, не существует сам по себе: его поддерживают, наполняют и регулируют, к нему обеспечивают коллективный доступ. Для того чтобы он функционировал, жителям «Северной долины» приходится проделывать определенную работу, которую я рассмотрю в этой части.

Коллективное использование и доступ. Коллективное использование является конститутивной практикой, поддерживающей вещи в потоке: если никто не будет пользоваться вещами, представленными на онлайн-странице, не будет обмениваться, покупать и принимать в дар, поток перестанет наполняться новыми репрезентациями вещей, он прекратит существование. В отличие от «традиционных» совместностей — общих ресурсов, которые потенциально могут пострадать от чрезмерного использования (например, пастбища или рыбные хозяйства), поток вещей демонстрирует противоположные качества: он непривлекателен в случае недостаточного использования. Настя, одна из первых жительниц «Северной Долины», в своем интервью прекрасно объясняет это, рассказывая о первых годах существования страницы «ВКонтакте», когда в соседские обмены, продажи и дарения было вовлечено мало пользователей:

Когда мы только приехали сюда [в «Северную долину»], жилыми были всего три дома, и у каждого из них была своя страница в ВК. Обмен был довольно слабым и вялым... Понятно, что когда всего один пост в неделю — ну, где вы сообщаете, что хотите что-то подарить или получить, — за этим, конечно, никто не следит. Поэтому лучше было использовать Avito [коммерческий сервис для продаж].

Чем меньше разнообразия вещей в наличии (в потоке), тем меньше вероятность найти подходящий для себя предмет. Поэтому одни из самых сложных задач в поддержании потока — это удержание внимания подписчиков страницы «ВКонтакте» и обеспечение хорошо работающей инфраструктуры для обменов.

Популярность социальной сети «ВКонтакте» среди жителей «Северной долины» облегчает эту задачу: жители и так читают свои новостные ленты, поэтому не требуется каких-то дополнительных усилий для получения соседских новостей. Однако значительная часть работы ложится на администраторов и модераторов страницы «ВКонтакте». Они контролируют контент, поощряют дискуссии внутри платформы и, самое главное, размещают информацию, предлагаемую подписчиками группы, в том числе запросы и предложения услуг и товаров. Таким образом, администраторы становятся частью инфраструктуры, поддерживающей экономические практики дарения, обмена, продажи и покупки. Если цифровая инфраструктура сайта контролируется и управляется специалистами внутри компании, владеющей социальной сетью, то эта «живая» часть инфраструктуры кажется менее стабильной и более уязвимой. Именно поэтому подписчики страницы берут на себя роль стабилизаторов этой инфраструктуры и стремятся управлять потоком репре-

зентаций вещей так, чтобы поддерживать его в эффективном состоянии. Они, например, благодарят невидимых людей-администраторов, призывая их продолжать модерацию. Такие небольшие ритуалы поощрения админов очень распространены:

Спасибо !!! админы, что вы быстро опубликовали [мой пост]

Добрый день всем! Соседи, подскажите, где в Парнасе лучше всего помыть машину за адекватную цену. Админам удачи)

Однако, помимо поддержки и признания, админы сталкиваются и с критикой со стороны подписчиков, которые пытаются контролировать их ничем не ограниченную цифровую власть. Так, следующее сообщение иллюстрирует, как подписчики работают с размытыми правилами публикации постов, которым следуют администраторы в конкретном случае:

Админы, странная у Вас политика. Есть же специальная барахолка. Сами напоминаете про разделение групп. При этом здесь публикуете «отдавайки», а мое сообщение про срочный поиск мастера Мамуле на грандиозное событие – отправляете в мертвую группу «Парнас.Красота».

Подписчики участвуют в управлении страницей и через наделение администраторов определенными полномочиями. В примере ниже речь идет о формате размещения объявлений: в рамках мини-опроса подписчики страницы проголосовали за то, чтобы оставить публикацию объявлений типа «отдам/куплю/продам» на стене группы, а не в разделе «Обсуждения». Один из сопровождавших комментариев был таким:

Мне кажется, что сообщения, которые что-то отдают надо оставить на стене. Когда я отдавала раньше и это публиковали на стене, то забирали мгновенно, а сейчас я разместила объявление в обсуждениях – так никто и не увидел(((

Этот случай демонстрирует, как важна видимость вещей для поддержания функционирования потока. В противном случае он перестает быть привлекательным ресурсом и исчезает. Тем не менее, даже учитывая, что поток требует постоянного потребления, мы видим практики исключения в отношении потенциальных пользователей. Поскольку жилой комплекс является периферийным и удаленным от других частей города, жители, вовлеченные в шеринг, не хотят, чтобы жители других районов были подключены к их потоку. И дело не в том, что «чужие» люди могут исчерпать поток, а в том, что они «портят» качество потока, поскольку живут в других районах и предлагают затратный по времени шеринг:

Ну, я не очень люблю, когда у нас на странице Парнаса оказывается... когда люди говорят типа: «Приезжайте на Просвещение [в соседний район — прим. авт.] забирать вещь». Блин, я специально выбираю страницу Парнаса, чтобы искать вещи. Если бы я хотела взять что-то с Просвещения, я бы выбрала Авито» (из интервью с Настей, жительницей «Северной долины»).

Содержание шеринговых постов. Другая проблема, с которой сталкиваются соседи, заключается в том, что поток должен быть привлекательным, т. е. содержащиеся в нем товары и услуги должны быть «хорошего качества». Чем больше объявлений с никому не нужными вещами, тем меньше появляется обменов, а значит, менее интенсивен поток вещей. Следуя этой логике, жители, заинтересованные в соседском шеринге, должны контролировать,

какие товары и услуги включены в поток, а именно контролировать содержание объявлений. Первую фильтрацию делают админы: они проверяют, не является ли предложенное объявление коммерческим³. Но администраторы — не единственные контролеры контента. Подписчики страницы осуществляют практики «нормализации» содержания постов, применяя механизм коллективного негативного оценивания. Комментарии к постам содержат не только информацию о готовности вступить в обмен, куплю-продажу или получить вещь в дар, но и грубые осуждающие реплики. Эти комментарии — не просто типичный формат интернет-дискуссии, которой свойственна резкая эмоциональная оценка и грубость. Я предлагаю увидеть в осуждающем комментировании заботу, направленную на поток товаров и услуг. Подобные практики — это попытки удержать содержание постов в рамках «нормальности», чтобы сохранить привлекательность потока и его «качество».

Критика чаще всего строится по следующим линиям: предметы «недостойны» быть частью потока, запросы необоснованны и слишком высоки, условия и сроки обмена, продажи и дарения несправедливы или невозможны. Выражение этой критики можно найти в двух сходных в данном контексте словах «попрошайка» или «халявщик». Под некоторыми постами массово появляются следующие комментарии: *Ненавижу халявщиков. фу! позорники!*

Однако эти слова имеют не так много общего с их обычными значениями. «Попрошайки» — это не бедняки, заслуживающие лучшей жизни и являющиеся субъектами благотворительности. «Халявщиком» или «попрошайкой», таким образом, называют тех, кто может позволить себе купить желаемый товар или услугу, но просят ее бесплатно на странице соседства. Это вовсе не означает, что тем, кто имеет возможность покупать товары, запрещается участвовать в обмене с соседями — если бы это было правдой, поток бы иссяк, а сами практики обмена и покупки сошли бы на нет. Тонкость здесь в том, что, в отличие от «добросовестных» соседей, «попрошайки» не следуют скрытым правилам и таким образом не заботятся о потоке предметов и товаров. Они заслуживают негативной реакции, поскольку эта практика поддерживает качество потока. Чтобы разобраться, кого можно назвать «попрошайкой» или «халявщиком», а кого нет, посмотрим на следующие примеры. Они иллюстрируют, какие скрытые правила нарушают авторы постов, получающих много неодобренных отзывов:

1. Вещь или услуга объективно слишком дешевы или слишком дороги.

Это все вместе взятое даже не стоит килограмма апельсинов надо же так разориться. Здесь автор комментария указывает на то, что запрошенные в обмен на набор вещей фрукты не эквивалентны, и обмен несправедлив.

Чайник не купить? Это бред. Плита есть? Налей воду в кастрюлю закипяти на плите и пей. Стыдно, товарищи! Автор этого комментария считает, что просить столь дешевую вещь представителю нижнего среднего класса, населяющего «Северную долину», должно быть «стыдно», а значит, публикация подобных сообщений нерелевантна.

³ Из интервью с админами ясно, что критерии «коммерческого» не слишком четкие.

2. Экономический статус или другие характеристики получателя не соответствуют помощи, которую он/она просит:

И ещё: халявчики – фу, не путать с нуждающимися.

Пост: Ребята, может кто-то нуждается или есть многодетные семьи. Недавно открыла пекарню и пока что не поняла, сколько нужно печь хлеба. Сегодня честно искала, кому отдать, выкидывать на помойку совесть не позволяет.

Комментарий: Могли бы пожертвовать его потребителям, которые приходят вечером.

Ответ автора: Хочу отдавать хлеб, тому, кому он нужен. Я трачу деньги и силы.

Как и в предыдущем случае, здесь важную роль играет представление о том, что ЖК населен относительно однородной группой людей, которые имеют похожий достаток и могут себе позволить схожие вещи. Поэтому субъекты дарения должны проявить свой особый экономический статус, чтобы сделать такое отношение легитимным.

3. Отсутствие контекстной информации или объяснения, почему запрашиваемый товар или услуга необходимы:

Мария, я вижу, помочь можно, если случилось что-то действительно серьезное. Если уж точно беда, то вопрос жизни и смерти. за гранью моего понимания. Неужели это правда — вы не в состоянии решить проблему самостоятельно...

Это необходимо, например, чтобы обосновать запрос «слишком дешевой» вещи, такой, как чайник, о котором шла речь выше. Женщина, просившая чайник, уже в комментариях под своим постом обосновала и «нормализовала» ситуацию:

Всем «умникам» отвечу. Делают ремонт люди, им нужен чайник, не обязательно новый, не обязательно красивый, просто чайник, в котором бригада может вскипятить воду и попить чай. Чайник, которым я пользоваться не буду в дальнейшем и просто выкину. Зачем мне покупать, если может у кого то есть на выброс ненужный.

4. Есть вероятность, что предмет, запрошенный в аренду, может быть снова запрошен в будущем одним и тем же человеком, т. е. необходимость в нем не одноразовая, а постоянная:

Мда...будете пользоваться ведь не раз, лучше купить, чем каждый раз выпрашивать.

В ответе на просьбу одолжить машинку для стрижки волос пользователь подчеркивает, что этот предмет не похож на одноразовую ситуацию, когда нужно, например, «срочно что-то распечатать на принтере» или «привесить один шкафчик».

5. В рамках офлайн-взаимодействия не соблюдается принцип минимизации затрат для человека, который помогает/дарит вещь:

Отдавала я как-то что-то за шоколадку, деваха мне отписалась, типа заберу, но пишет денег нет совсем, я ей написала, ну и ладно, забирайте так... А она в ответ типа я к метро подъеду, вы мне принесите и маячок вам кину, типа перезвоните, то что у меня грудной малыши, ей как-то пофиг, написала ей типа передумала вам отдавать (нафиг мне этот гемор, к мет-

ро сбегай, перезвони) так она обиделась, написала «я вообще-то могу и купить». Дальше общаться с ней не стала;»

Тот, кто отдает вещь, тратит время и ресурсы, т. е. оставляет в «должниках» того, кто берет. Поэтому необходимо создавать условия, в которых требования к отдающему минимальны. Отдавая, человек автоматически приобретает статус «хорошего» (за исключением случаев, когда отдают плохие/слишком дешевые вещи), соответственно, требовать от него дополнительных вложений или уступок нельзя.

Эти правила применяются контекстуально, и применение их само по себе может вызывать споры в комментариях — насколько негативная реакция в каждом конкретном случае справедлива? Правила нигде не записаны и лишь читаются сквозь практики комментирования, а также попытки оспаривания.

Заключение

Эта статья вдохновлена вопросом о том, как концептуализировать отношения, наблюдаемые в новом массовом жилом комплексе на городской периферии. Соседи, проживающие в таком жилом комплексе, постоянно обмениваются вещами, дарят и продают их друг другу, часто отдавая такому формату взаимодействия приоритет перед получением товаров и услуг у коммерческих поставщиков. Можно ли рассматривать такие отношения, прочно связанные с работой цифровой платформы «ВКонтакте», как практики шеринга? Является ли это формой альтернативной экономики?

Учитывая разные взгляды на понятие «шеринг», я предлагаю рассматривать его с опорой на антропологический подход, который фокусируется на социальных отношениях, связанных не только с коллективным доступом к ресурсу, но и с заботой о его воспроизводстве. В том смысле соседские обмены и продажи не являются шерингом, поскольку в большинстве случаев (кроме аренды соседских вещей) не предполагают ни коллективного потребления, ни заботы о таких вещах, ни формирования некоторого «общего» ресурса. Но если посмотреть на эти практики в другом масштабе, охватить взглядом их взаимосвязи и общую логику, становится ясно, что они являются частью большего феномена, который уже предстает общим ресурсом и формирует вокруг себя городскую совместность. Этот феномен — поток вещей, циркулирующих по району в результате череды обменов, продаж и дарений, медирированный цифровой платформой «ВКонтакте».

Несмотря на то, что биографию отдельного предмета сложно проследить, по собранным данным видно, что вещи, появившиеся в онлайн-пространстве, включаются в этот поток и начинают циркулировать по пространству жилого комплекса. Я рассмотрела целый спектр практик, таких как предоставление доступа, коллективное участие, потребление, контроль и управление, через которые жители района заботятся о потоке вещей и формируют его как городскую совместность.

Таким образом, практика дарения, обмена и продажи, связанная с потоком товаров и услуг, также является практикой шеринга. Важно лишь подчеркнуть, что эти практики не связаны с шеринговой экономикой в ее обычном значении, а представляют собой практики заботы о городской совместности, в роли которой в «Северной долине» выступает поток вещей.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- Бочарова Е. А., Ечевская О. Г.* Коллаборативное потребление в современной России: формы организации и практики включения на примере сообщества «DaruDar» // Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований. 2014. Т. 2. С. 97—108.
- Тыканова Е. В., Тенишева К. А.* В плену «эффекта соседства»: социальный капитал и активизм в новых анклавных жилищных комплексах // Журнал социологии и социальной антропологии. 2020. Т. 2. № 23. С. 7—35.
- Чернышева Л. А.* Онлайн и офлайн конфликты вокруг городской совместности: забота о городском пространстве на территории большого жилого комплекса // Журнал социологии и социальной антропологии. 2020. Т. 23. № 2. С. 36—66.
- Чернышева Л. А.* Цифровая трансформация соседских городских сообществ (на примере Санкт-Петербурга): автореф. дис. ... канд. социол. наук // Официальный портал ФНИСЦ РАН. 2022. URL: <http://www.isras.ru/publ.html?id=10704>. Ссылка активна на 14.11.2022.
- Чернышева Л., Гизатуллина Э.* «Вконтакте» с соседями: черты и практики гибридного соседствования в большом жилом комплексе Санкт-Петербурга // *Laboratorium: Russian Review of Social Research*. 2021. Т. 13. № 2. С. 187—220.
- Algar R.* Collaborative consumption // *Leisure Report*. 2007. Iss. 4. Pp. 72—83.
- Belk R.* Sharing // *Journal of consumer research*. 2010. Vol. 36. Iss. 5. Pp. 715—734.
- Belk R.* Sharing versus pseudo-sharing in Web 2.0 // *Anthropologist*. 2014. Vol. 18. Iss. 1. Pp. 7—23.
- Belk R.* The perfect gift // *Gift giving: A research anthology* / ed. by C. Otnes, R. F. Beltramini. Bowling Green, OH: Bowling Green University Popular Press, 1996.
- Belk R.* Why not share rather than own? // *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 2007. Vol. 611. No. 1. Pp. 126—140. DOI: 10.1177/0002716206298483.
- Botsman R, Roo R.* What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption. New York: HarperCollins, 2010.
- Bruun M. H.* Communities and the commons: Open access and community ownership of the urban commons // *Urban Commons* / Ed. by C. Borch, M. Kornberger. Routledge, 2015. Pp. 153—170.
- Chatterton P.* Seeking the urban common: Furthering the debate on spatial justice // *City*. 2010. Vol. 14. Iss. 6. Pp. 625—628.
- Cheng M.* Sharing economy: A review and agenda for future research // *International Journal of Hospitality Management*. 2016. Vol. 57. Pp. 60—70.
- Cohen B., Kietzmann J.* Ride on! Mobility business models for the sharing economy // *Organization & Environment*. 2014. Vol. 27. Iss. 3. Pp. 279—296.
- Gibson-Graham J.* The End of Capitalism (As We Knew It): A Feminist Critique of Political Economy. University of Minnesota Press, 1996.
- Grassmuck V.* The sharing turn: why we are generally nice and have a good chance to cooperate our way out of the mess we have gotten ourselves into // *Media, Knowledge and Education: Cultures and Ethics of Sharing* / Ed. by W. Sützl, F. Stalder, R. Maier, T. Hug. Innsbruck: Innsbruck University Press, 2013. Pp. 17—34.
- Gromasheva O.* Hybrid neighborliness in action: the Case of Kudrovo, Russia // *Laboratorium: Журнал социальных исследований*. 2021. № 2. С. 13—38.
- Hamari J., Sjöklint M., Ukkonen A.* The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption // *Journal of the Association for Information Science and Technology*. 2016. Vol. 67. Iss. 9. Pp. 2047—2059.
- Hardt M., Negri A.* Commonwealth. Harvard University Press, Harvard, 2009.
- Harvey D.* The future of the commons // *Radical history review*. 2011. Vol. 109. Pp. 101—107.
- Healy S.* Alternative economies // *International encyclopedia of human geography* / Ed. by R. Kitchin, N. Thrift. UK: Elsevier, 2009. Pp. 338—344.

- Hine C.* Ethnography for the internet: Embedded, embodied and everyday. Bloomsbury Publishing, 2015.
- Hunt R. C.* One-Way Economic Transfers // A Handbook of Economic Anthropology / Ed. by James G. Carrier. Cheltenham, UK: Elgar, 2005. Pp. 290—301.
- John N. A.* The social logics of sharing // The Communication Review. 2013. Vol. 16. Iss. 3. Pp. 113—131.
- Kenney M., Zysman J.* Choosing a future in the platform economy: the implications and consequences of digital platforms // Discussion Paper for Kauffman Foundation New Entrepreneurial Growth Conference. 2015. Pp. 156—160.
- Keymolen E.* Trust and technology in collaborative consumption. Why it is not just about you and me // Bridging distances in technology and regulation / Ed. by R. Leenes, E. Kosta. Wolf Legal Publishers: Oisterwijk, 2013. Pp. 135—150.
- Kip M., Bieniok M., Dellenbaugh M., Muller A. K., Schwegmann M.* Seizing the (Every) day: Welcome to the Urban Commons! // Urban Commons: Moving Beyond State and Market / Ed. by M. Dellenbaugh, M. Kip, M. Bieniok, A. K. Müller, M. Schwegmann. Berlin: Birkhäuser, 2015. Pp. 9—26.
- Linebaugh P.* Stop, thief!: The commons, enclosures, and resistance. Press, 2014.
- Martin C. J.* The sharing economy: A pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism? // Ecological Economics. 2016. Vol. 121. Pp. 149—159.
- Metzger J.* The city is not a Menschenpark: Rethinking the tragedy of the urban commons beyond the human/non-human divide // Urban Commons / Ed. By C. Borch, M. Kornberger. Routledge, 2015. Pp. 22—47.
- Pachenkov O., Yashina A.* When sharing economy meets digital one: towards understanding of new economic relations // Proceedings of the International Conference on Electronic Governance and Open Society: Challenges in Eurasia. ACM, 2017. Pp. 91—98.
- Polanyi K.* The Great Transformation: The Political and Economic Origins of Our Time, 2nd ed. Boston: Beacon Press, 2001.
- Slee T.* What's yours is mine: Against the Sharing Economy. Or Books, 2015.
- Stavrides S.* Common space: the city as commons. Zed Books Ltd., 2016.
- Tapscott D., Williams A. D.* Wikinomics: How mass collaboration changes everything. New York: Portfolio, 2006.
- Walljasper J.* All that we share. Nueva York: New Press, 2010.
- Wittel A.* Qualities of sharing and their transformations in the digital age // International Review of Information Ethics. 2011. Vol. 15. Iss. 9. Pp. 3—8.

Research Article

Liubov A. Chernysheva✉

Candidate of Social Sciences, research fellow, Sociological Institute of the RAS — Branch of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences. 25/14, 7th Krasnoarmeyskaya st., Saint Petersburg, 190005, Russia; l.a.chernysheva@gmail.com

SHARING PRACTICES IN A LARGE HOUSING ESTATE

Abstract. The article discusses the alternative economy in newly constructed large housing estates. Exploring Severnaya Dolina, a typical large-scale residential complex in the outskirts of Saint Petersburg, Russia, the author focuses on neighborly exchanges of goods and services, purchases/sales, and donations mediated by an online neighborhood group in VK.com, a social networking site. Outlining the main debate on conceptualization and effects of sharing economy development, the author proposes a new conceptualization of sharing economy that derives from an anthropological approach to sharing as a social

relation. Sharing practices are considered to maintain a common resource or enact a configuration of urban commons. The analysis of the data collected with digital ethnography (online posts and interviews with residents and online group admins) demonstrated why neighborly interactions fit the conception of sharing developed in the theoretical part of the paper. The resource that is maintained via exchanges, purchases/sales, and donations is a flow of items circulating over the territory of a large housing estate.

Keywords: sharing, neighborhood, new residential construction, urban commons, alternative economy.

For citation: Chernysheva L. A. (2022) Sharing practices in a large housing estate. *Sotsiologiya Goroda* [Urban Sociology], no. 3, pp. 5—21 (in Russian). DOI: 10.35211/19943520_2022_3_5

REFERENCES

- Algar R. (2007) Collaborative consumption. *Leisure Report*, no. 4, pp. 72—83.
- Belk R. (1996) The perfect gift. In: Otnes C., Beltrami R. F. (eds.) *Gift giving: A research anthology*. Bowling Green, OH: Bowling Green University Popular Press.
- Belk R. (2007). Why Not Share Rather Than Own? *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, vol. 611, no. 1, pp. 126—140. DOI: 10.1177/0002716206298483.
- Belk R. (2014) Sharing versus pseudo-sharing in Web 2.0. *Anthropologist*, vol. 18, no. 1, pp. 7—23.
- Belk R. Sharing (2010). *Journal of Consumer Research*, vol. 36, no. 5, pp. 715—734.
- Bocharova E. A., Yechevskaya O. G. (2014) Collaborative consumption in modern Russia: forms of organization and inclusion practices on the example of the DaruDar community. *Labirint*, vol. 2, pp. 97—108 (in Russian).
- Botsman R, Roo R. (2010) *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. New York: HarperCollins.
- Bruun M. H. (2015) Communities and the commons: Open access and community ownership of the urban commons In: Borch C., Kornberger M. (eds.) *Urban Commons*. Routledge. Pp. 153—170.
- Chatterton P. (2010) Seeking the urban common: Furthering the debate on spatial justice. *City*, vol. 14, no. 6, pp. 625—628.
- Cheng M. (2016) Sharing economy: A review and agenda for future research. *International Journal of Hospitality Management*, vol. 57, pp. 60—70.
- Chernysheva L. A. (2020) Online and offline conflicts around urban compatibility: concern for urban space on the territory of a large residential complex. *Journal of Sociology and Social Anthropology* [Zhurnal sotsiologii i sotsial'noy antropologii], vol. 23, no. 2, pp. 36—66 (in Russian).
- Chernysheva L. A. (2022) Digital transformation of neighboring urban communities (on the example of St. Petersburg). URL: <http://www.isras.ru/publ.html?id=10704>. Accessed: 14.11.2022 (in Russian).
- Chernysheva L., Gizatullina E. (2021) “Vkontakte” with neighbors: features and practices of hybrid neighborhood in a large residential complex of St. Petersburg. *Laboratorium: Russian Review of Social Research*, 13, no. 2, pp. 187—220 (in Russian).
- Cohen B., Kietzmann J. (2014) Ride on! Mobility business models for the sharing economy. *Organization & Environment*, vol. 27, no. 3, pp. 279—296.
- Gibson-Graham J. (1996) *The End of Capitalism (As We Knew It): A Feminist Critique of Political Economy*. University of Minnesota Press.
- Grasmuck V. (2013) The sharing turn: why we are generally nice and have a good chance to cooperate our way out of the mess we have gotten ourselves into. In: Sützl W., Stalder F., Maier R., Hug T. (eds.) *Media, Knowledge and Education: Cultures and Ethics of Sharing*. Innsbruck: Innsbruck University Press. Pp. 17—34.

- Gromasheva O. (2021) Hybrid neighborliness in action: the Case of Kudrovo, Russia. *Laboratorium*, iss. 2, pp. 13—38.
- Hamari J., Sjöklint M., Ukkonen A. (2016) The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, vol. 67, no. 9, pp. 2047—2059.
- Hardt M., Negri A. (2009) Commonwealth Harvard University Press, Harvard.
- Harvey D. (2011) The future of the commons. *Radical history review*, vol. 109, pp. 101—107.
- Healy S. (2009) Alternative economies. In: Kitchin R., Thrift N. (eds.). *International Encyclopedia of Human Geography*. UK: Elsevier. Pp. 338—344.
- Hine C. (2015) *Ethnography for the internet: Embedded, embodied and everyday*. Bloomsbury Publishing.
- Hunt R. C. (2005) One-Way Economic Transfers. In: Carrier J. G. (ed.) *A Handbook of Economic Anthropology*. Cheltenham, UK: Elgar, Pp. 290—301.
- John N. A. (2013) The social logics of sharing. *The Communication Review*, vol. 16, no. 3, pp. 113—131.
- Kenney M., Zysman J. (2015) Choosing a future in the platform economy: the implications and consequences of digital platforms. *Discussion Paper for Kauffman Foundation New Entrepreneurial Growth Conference*. Pp. 156—160.
- Keymolen E. (2013) Trust and technology in collaborative consumption. Why it is not just about you and me. In: Leenes R., Kosta E. (eds.) *Bridging distances in technology and regulation*. Wolf Legal Publishers: Oisterwijk. Pp. 135—150.
- Kip M., Bieniok M., Dellenbaugh M., Muller A. K., Schwegmann M. (2015) Seizing the (Every) day: Welcome to the Urban Commons! In: M. Dellenbaugh, M. Kip, M. Bieniok, A. K. Müller, M. Schwegmann (eds.) *Urban Commons: Moving Beyond State and Market*. Berlin: Birkhäuser. Pp. 9—26.
- Linebaugh P. (2014) Stop, thief!: The commons, enclosures, and resistance. Press.
- Martin C. J. (2016) The sharing economy: A pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism? *Ecological Economics*, vol. 121, pp. 149—159.
- Metzger J. (2015) The city is not a Menschenpark: Rethinking the tragedy of the urban commons beyond the human/non-human divide. In: Borch C., Kornberger M. *Urban Commons*. Routledge. Pp. 22—47.
- Pachenkov O., Yashina A. (2017) When sharing economy meets digital one: towards understanding of new economic relations. *Proceedings of the International Conference on Electronic Governance and Open Society: Challenges in Eurasia*. ACM. Pp. 91—98.
- Polanyi K. (2001) *The Great Transformation: The Political and Economic Origins of Our Time*, 2nd ed. Boston: Beacon Press.
- Slee T. (2015) *What's yours is mine: Against the Sharing Economy*. Or Books.
- Stavrides S. (2016) *Common space: the city as commons*. Zed Books Ltd.
- Tapscott D., Williams A. D. (2006) *Wikinomics: How mass collaboration changes everything*. New York: Portfolio.
- Tykanova E. V., Tenisheva K. A. (2020) Captured by the Neighborhood Effect: Social Capital and Activism in New Enclave Housing Estates. *Journal of Sociology and Social Anthropology*, vol. 2, no. 23, pp. 7—35 (in Russian).
- Walljasper J. (2010) *All that we share*. Nueva York: New Press.
- Wittel A. (2011) Qualities of sharing and their transformations in the digital age. *International Review of Information Ethics*, vol. 15, no. 9, pp. 3—8.

Поступила в редакцию: 14.11.2022

Received: 14.11.2022

Принята в печать: 25.11.2022

Accepted for publication: 25.11.2022