

ПРЕОДОЛЕНИЕ ВИРТУАЛЬНОСТИ. ОПЫТ КОМПАРАТИВНОГО АНАЛИЗА СОЦИАЛЬНЫХ ЗНАЧЕНИЙ ЛОКАЛЬНЫХ СООБЩЕСТВ В ТОМСКЕ И НИЖНЕМ НОВГОРОДЕ

Статья подготовлена в рамках научно-исследовательского проекта, финансируемого Фондом конкурсной поддержки студентов, аспирантов и молодых научно-педагогических работников ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Проводится сравнительный анализ социальных сообществ Томска и Нижнего Новгорода и особенностей поведения в них людей. Одним из существенных признаков этого поведения является попытка создать новую этику социального взаимодействия с опорой на принципы виртуальной коммуникации.

Ключевые слова: коммуникация; виртуальное пространство; новые медиа.

Современная культура насквозь пронизана различными цифровыми и информационными технологиями. Это обуславливает формы социального бытия и способы коммуникации между людьми. На фоне тотального погружения в сети, в качестве противостояния глобальной оцифровке общества, появляются точечные проекты, направленные на организацию коммуникации между людьми в реальном мире по различным профессиональным или социальным проблематикам. Сегодня слово «коммуникация» наиболее часто употребляется в связи с обозначением технического обеспечения доставки информации. Исследователи подчеркивают «операциональный характер коммуникации, в котором явно выраженные технологические принципы зарождения – протекания – угасания соседствуют с динамически обусловленными экспрессивными категориями» [1. С. 30]. Благодаря тотальной компьютеризации и быстрому развитию технологий мы можем все делать в сети, не выходя из дома: работать, покупать, общаться, развлекаться и т.д. В исследованиях коммуникации подчеркивается, что «актуальными и все более важными аспектами современных информационных контактов человека являются его связи с вымышленными, виртуальными, фиктивными, манипулятивно обусловленными видами “новых” реальностей» [Там же. С. 33]. В данной статье под коммуникациями понимается информационное взаимодействие между людьми, вне зависимости от того, каким образом оно происходит.

В последние два-три десятилетия коммуникации становятся предметом научных исследований многих западных ученых, в том числе Ю. Хабермаса, М. Кастельса, Н. Лумана, а также ряда отечественных ученых. Согласно Н. Луману [2], коммуникация устанавливается через синтез трех элементов: информации, сообщения, понимания. В данном случае, если отсутствует один из элементов, в частности «понимание», то не происходит коммуникации, а только лишь трансляция некоторой информации. Коммуникация же предполагает взаимодействие, обратную связь. Ю. Хабермас [3] предлагает социальную концепцию «теории коммуникативного действия», которая заключается в том, что развитие общества как социокультурной системы происходит посредством разрешения противоречий с помощью «коммуникативной рациональности» и «коммуникативного действия».

В этом смысле коммуникация выступает основным социальным механизмом.

Социальное пространство, которое по сути является местом для коммуникации, практически полностью мигрирует в виртуальную реальность. Таким образом, изменяются способы межличностной коммуникации, но также происходит и обратное влияние на способ функционирования самого виртуального пространства. Коммуникация в виртуальном пространстве оказывает и воздействие на изменение субъекта коммуникации, поскольку среда провоцирует формирование новой идентичности, которая характеризуется условностью, лабильностью и при этом отсутствием ответственности за производимый информационный контент. Еще один критерий виртуальной коммуникации – это массовость. Субъекты коммуникации постоянно меняются. Это приводит к тому, что коммуникация в виртуальном пространстве больше нацелена на представление информации, самопрезентацию и, соответственно, используется максимально в данном направлении.

Одним из актуальных форматов виртуальной коммуникации можно назвать «новые медиа», основными аспектами которых являются идея свободной информации, интерактивность, доступность как в отношении потребления, так и в отношении создания продукта новых медиа. Главным субъектом новых медиа является человек – пользователь интерактивных сервисов. Впрочем, к нему еще добавляется коллективный субъект, растворенный в облачных сервисах, контенте, базах данных, сформированных как на основе индивидуальных инициатив, так и на основе объединения информационных ресурсов. Отсюда – априорная амбивалентность, в том числе этическая, коммуникативного поведения пользователя мобильных сервисов. «Предоставленность самому себе» с одновременной опорой на культурный багаж человечества приводит к фетишизации технократических критериев истины, правды, красоты и пр., которые предстают в качестве “единственно надежных”. К новым медиа относят все, что имеет коммуникативный потенциал, действует в информационно-сетевом поле и функционирует посредством цифровых технологий. Образ идеальной коммуникативной системы новых медиа (“информационной супермагистральной”), в которой происходит интеграция звука, видео- и тек-

стовых данных с возможностью хранения в гигантских библиотеках» [4].

Итак, новые медиа дают большие возможности для организации виртуальной коммуникации. С одной стороны, это позволяет развиваться новым проектам и способствует самореализации современного человека. С другой стороны, слишком большое количество информации провоцирует безразличное или негативное отношение и превращает ее в информационный шум, который воспринимается не более чем фон повседневной жизни. Такой формат является недостаточным для полного удовлетворения людей в общении, в эмпатии, в ощущении полноты своего социального существования. В связи с этим все более актуальными становятся форматы социальной коммуникации, создающие условия для очного общения. Например, появляются такие места, как тайм-кафе, антикафе, располагающие к общению даже незнакомых между собой людей. Проводятся различного рода неформальные конференции (TED, pecha-kucha, slam), которые предоставляют возможность обратиться к аудитории и получить обратную связь по различным темам.

Сегодня повсеместно отмечается тенденция «выхода из сети». В частности, Томск можно рассматривать как некоторую экспериментальную площадку для подобного рода форматов. Уникальность этого города в том, что наличие большого количества вузов обеспечивает постоянный приток молодежи, которая является наиболее активной частью городского населения. Благодаря этому в городе периодически появляются проекты, направленные на формирование сообществ. Например, Томский клуб блогеров, который был инициирован в 2011 г. молодыми журналистами. Сам факт приглашения блогеров к разговору оффлайн был воспринят как некий креативный ход. Тематика встреч сформулирована как «Горожанин. Гражданин. Блогер». Открытые встречи проводились в местном вполне демократичном баре, что можно также отметить как специфику самого факта выхода оффлайн – это погружение себя в удобное, комфортное пространство. На встречах поднимались вопросы о том, каким образом блогер может влиять на город и изменять его «под себя», как он может решать проблемы своего города.

В качестве другого примера можно привести проект «Территория творческого эксперимента», который направлен на создание разного рода творческих проектов людьми, желающими реализовать творческие амбиции и попробовать себя в качестве арт-менеджеров. Этим объединением организовывались выставки в различных форматах, а также дискуссионные площадки, посвященные проблемам молодежных творческих проектов, созданию кино в провинциальном городе, а также современному искусству. Интересно, что проекты, реализованные данным объединением, зарождались в социальных сетях, где их начинали обсуждать, формировать команду и после создавать.

Одним из самых привлекательных для томской активной молодежи стал проект «Томск 3.0». Своей проблематикой он попадал в мейнстрим и некоторое время поддерживался администрацией города. Первая

встреча проходила с участием идеолога этого проекта Сергея Градиловского и называлась «Мы сваливаем. Иммиграция в Томск 3.0». Взгляд на город человека извне был очень по-разному воспринят общественностью, но главным эффектом этого проекта стало то, что молодежь и часть университетского сообщества стали думать про город. Активизировалась коммуникация между представителями разных сфер администрации, университетов, студенческой молодежи и, более того, частично реализовались некоторые молодежные инициативы, которые в итоге перенесли эту коммуникацию в город.

В профессиональной, в частности научной, среде также создаются интересные проекты, направленные на организацию коммуникации между специалистами в определенной сфере и обычными людьми. Например, «Научный слэм», организованный для популяризации науки, имел более масштабный эффект, поскольку послужил коммуникативной площадкой для молодых ученых. Была реализована потребность поделиться своими результатами, получить обратную связь, увидеть и почувствовать отношение к своей работе и удостовериться в важности собственных научных исследований и изобретений.

В городе появляются неформальные пространства для креативного сообщества, которые существуют в форматах антикафе, тайм-кафе и коворкингов (КПД, Пространство М15, Точка сборки, Вместе и другие). Создатели таких пространств позиционируют свои проекты как коммуникативные площадки для творческого развития, а также для создания и апробации бизнеса.

В целом на основе томского опыта можно вывести следующую закономерность. По мере распространения дигитализации в обществе, в том числе в виртуальном сообществе, начинают формироваться потребности к действию, которые могут быть реализованы при условии организации коммуникации с единомышленниками. По мере развития ситуации наступает момент, когда коммуникация в сети становится недостаточной, так как необходимо быстро принимать решения и предпринимать какие-либо действия. Таким образом, происходит формирование оффлайн сообществ. Если опыт коммуникации оказывается успешным, то это сообщество в последствии институционализируется, превращается в определенного типа организацию, становится некоммерческой организацией, общественным движением или бизнес-проектом.

Однако главным объединительным признаком социальных сообществ является объективная локализация коммуникативного взаимодействия. Это означает, в частности, что реальное поведение людей в отношении друг с другом уже не может не учитывать социальные реалии, сформированные за счет воздействия «этики» социальных сетей. Один из важнейших дефицитов этого взаимодействия – дефицит доверия, которое уже не является «рамочными условиями» в социальных отношениях, а должно создаваться сызнова, «глаза в глаза». Локальные «клубы по интересам» чаще всего подразумевают отношения людей, поддерживающих контакты в сети, и именно эти контакты

являются скрепами, каркасами, которые подразумевают «человеческое наполнение» уже не удовлетворяющей людей технологизированной коммуникации.

Подобные противоречия особенно отчетливо проявляются в подчеркнуто неформальных, андеграундных или даже оппозиционных «клубах», и это заметно в жизни сообществ Нижнего Новгорода. Здесь так же, как и в Томске, существуют декларативно-реальные объединения социально активных людей. Например, клуб «внеклассного чтения», где собираются непрофессиональные литераторы, представляющие на суд единомышленников свои «шедевры». Здесь особенно отчетливо проявляется потребность в снисходительности, толерантности, доверии и ориентации на «свежие чувства», а не на их профессиональную проработку и оформление. Следует подчеркнуть, что «сетевой формат» коммуникации зачастую гораздо более безжалостен к ошибкам и невольным просчетам пользователей сети, и такие явления, как троллинг (безудержная критика) или флэмминг (увеличение градуса экспрессии в обсуждении), становятся важнейшей причиной, по которой люди начинают стремиться «обратно, в реальный мир».

Ту же тему эксплуатирует небольшая нижегородская группа, объединенная вокруг нескольких последовательных оппозиционеров в отношении действующей власти. Эта группа, сплоченная и агрессивно ведущая себя в социальных сетях, «в реальной жизни» подчеркнуто индифферентна к политическим событиям: они устраивают пикники, душевные вечеринки с «тематическим» употреблением только украинских товаров, экскурсии по Нижнему Новгороду. «Антисвин» – движение неравнодушных нижегородцев, сформированное также на основе акаунтов в социальных сетях, перешло в реальную жизнь в формате экологических акций (высаживание деревьев, уборка улиц).

«Чувствительность» как еще один важнейший формат социальной коммуникации сегодня есть объединительный фундамент, который не противопоставляет друг другу виртуальную и «реально-социальную» коммуникации, а делает их неразрывными, питающими друг друга. Нет рациональных мотивов в безудержном погружении в социальные сети – синдроме, который многие называют «новой наркоманией» XXI в. Но также нет и четких рациональных объяснений «компенсациям» этого синдрома в реаль-

ной жизни, поскольку все они, и в Томске, и в Нижнем Новгороде, замкнуты, чаще всего не имеют социально-гражданского продолжения и в большинстве своем выступают в виде специфической «терапии на основе реальности».

Постепенная «цифровизация» человеческих отношений становится непреложным фактом, особенно отчетливо проявляющимся именно во «вторичности», эклектичности реально-социального взаимодействия, не приводящего к собственному расширению, к выходу за заранее очерченные смысловые рамки. Это проявляется, среди прочего, в особой форме «заикленности на себе», в эксплуатации уже давно изобретенных форм общения, в отсутствии творческого подхода к формированию отношений. Пожалуй, только современные «баттлы» («слэмы», «пичи» и пр.) являются относительно новыми форматами социального поведения. Но и они, даже если не учитывать их вполне очевидную потребительскую обусловленность, представляют собой вид индивидуальной самопрезентации, основанной на противопоставлении себя окружающим.

В «реальную жизнь» переходят четко очерченные и обусловленные исключительно сетевым взаимодействием «форумы»: «автофорум», «форум беременных», «совместная покупка» в Нижнем Новгороде превратились в реальные сообщества, которые фактически черпают различные смыслы в двух своих противоположных ипостасях.

Таким образом, иллюзорность социального, внесетевого взаимодействия как «вторичной реальности» по отношению к сетевому пространству и времени еще только ждет своего осмысления, освоения и превращения в элемент «реальной» культуры. Одним из важнейших объектов этого будущего исследования является «поствиртуальный человек», чья этика, да и отчасти психика, сформированы присутствием в виртуальном пространстве и чье социальное поведение «в реальной жизни» часто может быть сравнимо с поведением неопита, попавшего в новые для него цивилизационные условия. Отметим также и то, что «выход в реальность» отнюдь не подразумевает ни освобождения от пут виртуального сетевого взаимодействия, ни даже их небольшого ослабления. Цифровизация человеческого бытия, социальных отношений, о которой говорилось в начале данной статьи, по-прежнему остается важнейшим фактором при формировании «новой социальности».

ЛИТЕРАТУРА

1. *Фортунатов А.Н.* Взаимодействие субъектов социальной коммуникации в медиареальности. Н. Новгород : ННГАСУ, 2009.
2. *Луман Н.* Что такое коммуникация? / пер. с нем. Д.В. Озирченко // Социологический журнал. 1995. № 3. С. 114–125. URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2954>
3. *Хабермас Ю.* Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб., 2000. 377 с.
4. *Галкин Д.В.* Новые медиа // Социология : энциклопедия / сост. А.А. Грицанов, В.Л. Абушенко, Г.М. Емелькин, Г.Н. Соколова, О.В. Терещенко. 2003. URL: <http://voluntary.ru/dictionary/568/word/novye-media>

Статья представлена научной редакцией «Культурология» 15 сентября 2014 г.

OVERCOMING OF VIRTUALITY. EXPERIENCE OF COMPARATIVE ANALYSIS OF THE SOCIAL VALUES OF LOCAL COMMUNITIES IN TOMSK AND NIZHNY NOVGOROD.

Tomsk State University Journal, 2014, 388, pp. 102-105. DOI: 10.17223/15617793/388/17

Fortunatov Anton N. Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod (Nizhny Novgorod, Russian Federation).

E-mail: anfort@mail.ru

Bokova Anna V. Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation), Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod (Nizhny Novgorod, Russian Federation). E-mail: avbokova@gmail.com

Keywords: communication; virtual space; new media.

The article presents a comparative analysis of the social communities in Tomsk and Nizhny Novgorod. Features of people's behavior in these communities are considered. One of the essential signs of this behavior is an attempt to create new ethics of social interactions which are based on the principles of virtual communication. Today communication is a technological process. New media give more opportunities for the virtual communications organization. Social space, as the area for communication, migrates in the virtual reality. In the article examples of Tomsk and Nizhny Novgorod communities which originated from a network are discussed. As a student city, Tomsk becomes an experimental platform for the approbation of various communication formats for creating a community. The authors of such projects position them as a communication platform for the creative development, as well as for the creation and testing of business. The analysis of Tomsk experience shows that in the process of virtual communication extension people have a demand for actions. There comes time when communications in a network become insufficient because it is necessary to make quick decisions and do something. Thus, "off-line" communities are forming. If the experience of communication is successful this community subsequently becomes an institution, then a certain type of organization, a non-profit organization, social movement, etc. But the main unifying feature of social communities is the objective localization of communicative interaction. In particular, it means that the actual human relations can not ignore the social realities that were formed under the influence of social network "ethics". One of the major deficiencies of this interaction is the deficiency of confidence which already is not meant "by default" in social and human relations, and it should be created anew, "face to face". The local "interest clubs", as a rule, mean relations between people, supporting contacts in a network. These contacts are clamps and skeletons which provide "human content" when the "technologized" communication does not satisfy people. Such contradictions particularly distinct in informal, underground or even oppositional "clubs" of Nizhny Novgorod. The authors examine such phenomena as the "sensitivity" of social communication, "digitalization" of human relations, "secondary reality" as a way of off-net interaction. Further development of this research is the study of "post-virtual human". This article was prepared as part of a post-graduate practice organized by Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod. The authors express their gratitude to the Fund of Competitive Support for graduate students, young researchers and teachers of Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod for assistance in preparing the material.

REFERENCES

1. Fortunatov A.N. *Vzaimodeystvie sub"ektiv sotsial'noy kommunikatsii v mediareal'nosti* [The interaction of the subjects of social communication in media-reality]. Nizhny Novgorod: NNGASU Publ., 2009. 338 p.
2. Luhmann N. Chto takoe kommunikatsiya? [What is communication?]. *Sotsiologicheskii zhurnal*, 1995, no. 3, pp. 114-125. Available at: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2954>.
3. Habermas J. *Moral'noe soznanie i kommunikativnoe deystvie* [Moral consciousness and communicative action]. Translated from German. St. Petersburg: Nauka Publ., 2000. 377 p.
4. Galkin D.V. *Novye media* [New Media]. In: Gritsanov A.A., Abushenko V.L., Evel'kin G.M., Sokolova G.N., Tereshchenko O.V. *Sotsiologiya: Entsiklopediya* [Sociology: An Encyclopedia]. 2003. Available at: <http://voluntary.ru/dictionary/568/word/novye-media>.

Received: 15 September 2014