

С.В. Неклюдова, В.И. Кабрин

Томский государственный университет (Томск, Россия)

Формирование нового типа мобильного образа жизни личности в транскультуральной коммуникации

Представлен обзор современных зарубежных публикаций, посвященных исследованию основных компонентов феномена виртуальных гостевых сетей, лежащих в основе процесса конструирования самоидентичности на пересечении онлайн и офлайн миров, на примере проекта Couchsurfing. Анализ позволил определить недостаточную изученность проблемы аутентичности туристического опыта участников проекта. Обоснованы перспективы эмпирического исследования феномена в русле коммуникативно-нарративного подхода.

Ключевые слова: *каучсерфинг; психология мобильности; виртуальные гостевые сети; онлайн идентичность; эмпирический капитал; социальный капитал; теория взаимного альтруизма; космополитическая идентичность; доверие; аутентичность туристического опыта.*

Введение в проблему

В современном мире происходят сложные многоуровневые процессы глобализации, ведущие к становлению глобального общества, отличающегося новым глобальным мышлением. Массмедиа зачастую оказываются для индивида основным ориентиром, выступающим как в роли носителя коммуникативной мобильности, так и в роли транслятора установки на мобильность как ценностно-значимого ориентира современного образа жизни. Учитывая распространенность средств массовой информации и новых информационно-коммуникационных технологий, вопрос доверия к компьютерно-опосредованной коммуникации привлек интерес достаточного количества исследователей различных дисциплин. Новые массмедиа облегчают взаимодействие и взаимообмен, а при помощи новых технологий позволяют преодолеть физические и культурные границы, способствуют появлению новой формы социальной солидарности людей в виртуальном пространстве, создавая новые горизонты и контекстные ситуации для исследований проблем и перспектив мобильности [1. С. 23] и социально-психологических изменений личности в новых коммуникативных отношениях.

Особый интерес у современных исследователей вызывают такие виды мобильности, как интернет-мобильность, коммуникативная, транспортная, урбанистическая, культурная и миграционная мобильность, туризм

как разновидность мобильности и т.д. Значительное внимание в mobility studies уделяется антропологическим аспектам мобильных коммуникаций, что находит свое отражение в новых понятиях, таких как «homo mobilis» (человек мобильный), «человек-турист», «третий объект» (гибрид мобильного средства и человека), «мотильность» (личностная предрасположенность или неперасположенность к мобильности), «глобтроттер» (много путешествующий человек). В ряде исследований отмечаются идеологическая заданность дискурса мобильности, его пронизанность либеральными ценностными установками. Человек данного типа принципиально открыт для межкультурных и иных транснациональных коммуникаций, свободно владеет разными языками, легко передвигается по миру, ориентируется в глобальном рыночном пространстве, новых информационных технологиях, новинках потребительской культуры, плотно включен в социальные и политические сети [2. С. 247].

Изменения в туризме, связанные с развитием современных технологий – возникновением Интернета, изменениями в сфере транспорта, а с другой стороны, с изменениями в характере туризма и поведении туристов, – привели к возникновению новых форм туристических практик и способов путешествия. Одним из таких новых феноменов стали виртуальные гостевые сети [3. С. 154].

Путешественники всегда одними из первых тестируют новые коммуникационные технологии: от открыток и телеграмм до электронных писем. Непосредственность, интерактивность и повсеместность новых мобильных и мультимедийных технологий дают путешественникам, даже находящимся в дороге, уникальные способы взаимодействия с миром. Достижения в области сетевых онлайн технологий также предоставляют новые возможности единения не только между друзьями, но и между незнакомыми людьми.

Актуальные направления исследований

Одной из первых возникновение новых моделей общности и социальности, возникающих в процессе пересечения коммуникационных технологий с физической реальностью путешествий, описала J. Germann Molz. В книге «Tourism, technology and togetherness in a mobile world» она повествует о том, как в процессе своего тура по Индонезии около 20 лет назад впервые столкнулась с молодым американским парнем, который буквально не расставался с ноутбуком. J. Germann Molz называет это своим первым опытом «flashpacking» [4. С. 123]. Флешпэкер – термин, ранее употребляемый по отношению к самостоятельным путешественникам, активно использующим новые технологии, на смену которому в наше время приходит термин «бэкпэкер» (backpaking), также описывающий самостоятельные путешествия с рюкзаком в поисках аутентичного опыта, совершаемые туристом за небольшие деньги, чаще всего принципиально отказываясь от услуг туроператоров, наиболее распространенные среди молодежи.

Основатель и идейный вдохновитель класса бэкпэкеров в России – известный путешественник В.А. Шанин, активно продвигавший в своих книгах и статьях этот термин. Ряд других путешественников, таких как А.В. Кротов, В.И. Лысенко, используют методы бэкпэкинга, однако никогда себя таковыми не называли.

Одно из первых известных глобальных интернет-сообществ взаимобмена для путешественников было основано в 1949 г. американцем по имени Bob Luitweiler и носит название «Servas International». Под лозунгом «При помощи истинной дружбы мы строим основу для мира во всем мире» Servas International установила общий фундамент, используемый в том числе и новыми сервисами обмена гостеприимством, способствующий межкультурному пониманию и снижению нетерпимости в мультикультурной среде. В 2000 г. был основан Hospitality Club, объединивший более 320 000 членов из более чем 200 стран, в 2005 г. – GlobalFreeloaders.com, число участников которого превысило на данный момент 89 000. Zotel, BeWelcome, Tripping, WarmShowers.org, Workaway.info и GoCambio – список наиболее крупных сервисов, соединяющих путешественников с местными жителями, количество пользователей которых варьирует от 13 до 100 тысяч.

В качестве яркого примера глобального интернет-сообщества, опирающегося на принципы доверия и взаимобмена, можно привести международную сеть гостеприимства Couchsurfing. На сегодняшний день каучсерфинг является наиболее популярной виртуальной гостевой сетью и объединяет более 14 млн человек из 200 тыс. городов планеты. Он представляет собой веб-сайт, на котором зарегистрированы люди из разных стран мира, готовые бесплатно предоставить жилье и оказать помощь друг другу во время путешествия [5]. Каучсерфинг стал лидером в мире альтернативного туризма и интересным источником для антропологического исследования. Кроме всего прочего, этот феномен возникновения межличностных отношений в Интернете, на наш взгляд, интересен тем, что в нем происходит пересечение виртуального и реального миров.

Идея создания такого ресурса пришла Кейси Фентону (Casey Fenton) в 2000 г., когда он купил дешевый билет в Исландию, но у него не было места, где можно остановиться. Тогда он разослал письма более чем 1 500 исландским студентам с просьбой разрешить ему остановиться у них. В результате переписки он познакомился с несколькими группами студентов, готовых показать ему «их» Рейкьявик. После того как он провел незабываемые выходные в Исландии, он подумал, что больше не будет пользоваться услугами туристической инфраструктуры, и решил создать специальный интернет-ресурс для самостоятельных путешественников. После этого путешествия Кейси Фентон совместно с Dan Hoffer, Sebastien Le Tuan и Leonardo Silveira стал разрабатывать сайт. В январе 2003 г. была запущена бета-версия, а в январе 2004 г. сайт стал доступен широкой публике.

Как это работает? Для того чтобы воспользоваться услугами, предоставляемыми CouchSurfing.org, человеку нужно стать членом CouchSurfer

путем регистрации учетной записи в системе. Идентификационные данные (например, номер паспорта и т.д.) не запрашиваются, большая часть информации для идентификации предоставляется пользователю по электронной почте. Затем пользователь настраивает свой профиль, включая в него демографические данные или другую дополнительную информацию, такую как личные убеждения, интересы, музыкальный вкус и т.д. Как и в других социальных интернет-сетях, профиль является виртуальным лицом пользователя и позволяет сформировать первое впечатление о его идентичности онлайн.

На сайте можно выбрать как роль хозяина / хоста так и роль гостя / серфера. Существуют различные аспекты такого гостеприимства, например, хозяин может предложить бесплатное проживание в течение нескольких ночей или просто показать серферу город, сопровождая и / или отвечая на вопросы о туристических достопримечательностях. При помощи системы поиска на сайте зарегистрированные участники могут найти человека, у которого они смогут остановиться во время посещения того или иного места. Поиск можно задавать при помощи различных параметров.

Затем запрос, в котором для установления первоначального контакта содержится некоторая информация о себе и о том, когда серфер намерен посетить данное место, отправляется хозяину. Хост посещает страницу профиля серфера и после некоторого общения принимает решение, принять или отклонить запрос. Учитывая, что каучсерферы не имеют каких-либо предварительных знаний друг о друге, онлайн профили и соответствующая личная переписка являются единственными способами установления первоначального доверия, которое является важным элементом успеха CouchSurfing.org. Английский язык используется по умолчанию в качестве общепринятого.

Каучсерфинг также функционирует как сайт социальных СМИ, что позволяет участникам не только обмениваться сообщениями и присоединяться к субгруппам по интересам, таким как, например, психологи, студенты, христианские музыканты и другие, но и участвовать в обсуждениях группы, а также создавать групповые события и встречи. Таким образом, сайт выступает в качестве платформы для взаимодействия.

Важно заметить, что сервис является бесплатным – участники не платят друг другу за ночлег. В этом заключается радикальное отличие данного сервиса от того, что предлагают путешественникам агенты массового туризма. Проект «Каучсерфинг» представляет собой декоммерциализированную форму туризма. Более того, бесплатное проживание у местных жителей изменяет саму природу гостеприимства. В данном случае можно провести параллель с гостеприимством в докапиталистических обществах.

Сервис «Каучсерфинг» представляет собой не просто бесплатную альтернативу проживанию в отеле или хостеле. Обычно путешественники не только ночуют у местных жителей, но и проводят с ними значительную часть времени, участвуют в их повседневных делах. Это позволяет им установить более тесный контакт с местными жителями, а также дает воз-

возможность ближе познакомиться с культурой и бытом местного населения. Зачастую контакт с местными жителями не ограничивается только общением с людьми, у которых останавливается участник проекта «Каучсерфинг». Путешественники встречаются и с другими пользователями данного сервиса, которые проживают в той же местности, а также посещают встречи членов Каучсерфинга, которые проходят в данном городе. Это еще раз подтверждает тот факт, что зачастую мотивация туриста заключается не столько в осмотре достопримечательностей, сколько в знакомстве и общении с жителями другой страны или города.

Однако это не исключает и основной туристской практики – осмотра достопримечательностей. Обычно в роли гида выступают местные жители. Хозяева стараются показать гостям не только туристские достопримечательности, но и «скрытые зоны», которые не отмечены ни в одном путеводителе. Таким образом, туристский опыт в этом случае оказывается достаточно непредсказуемым: то, что увидит путешественник и какой опыт он получит при этом, чаще всего зависит от людей, у которых он остановился переночевать. Иногда путешественники предпочитают самостоятельно знакомиться с городом, хозяева лишь дают советы, что лучше посмотреть.

Останавливаясь у местных жителей, путешественники получают доступ к тем местам, которые И. Гофман называет «закулисьем», – в данном случае к ним относится дом или квартира местных жителей. Мотивация хозяев, обеспечивающих бесплатное проживание для гостей, представляется наиболее удивительной. Учитывая существование значительного диапазона рыночных альтернатив, таких как AirBnB, возникает вопрос, почему люди предпочитают делить жилье, время и зачастую даже еду и напитки с незнакомцами, которых они никогда не встречали раньше и, возможно, никогда не встретят снова, сознательно отказываясь от денежной прибыли или другого материального вознаграждения.

«Диван» как общий материальный объект в данном случае служит лишь в качестве катализатора и стимулятора для обмена опытом в контексте проекта «Каучсерфинг». Поскольку деньги, подарки и бесплатное проживание как проявления материальной ценности играют подчиненную роль в социальном обмене каучсерфинга, мы можем наблюдать появление другого рода выгоды для вовлеченных сторон. Можно охарактеризовать эти преимущества как «эмпирический капитал» в том смысле, что они представляют собой область формирования единства индивидуальности смыслов, навыков и культурного обучения, которые могут быть собраны и имеют неизменную ценность для человека. Четыре типа такого эмпирического капитала возникают как результат подобного обмена опытом: повышение самооценки, познание, внутреннее ощущение тепла от помощи другим и самоаутентификация. Существует предположение о том, что потребление такого «эмпирического капитала» на самом деле может способствовать саморазвитию и самосовершенствованию [6, 7].

Достоинством внимания является также обсуждение роли взаимности в свете конкретной взаимовыгодной ситуации, которая, как мы видим, появ-

ляется в каучсерфинге и заставляет нас пересмотреть понятие взаимности в существующих теориях коллективного пользования до настоящего времени. Существующая литература предполагает, что истинное разделение с кем-либо появляется без участия взаимности. И хотя мы видим, что взаимодействия в каучсерфинге происходят в форме совместного пользования, было обнаружено множество индикаторов, указывающих на существование взаимных претензий. Однако подразумеваемая в данном контексте взаимность не является выражением ни прямой или ответной взаимности [8. С. 134], ни косвенной или даже типичной общей взаимности, которая представляет собой представление о круговороте «отдать-получить». Скорее, мы обнаруживаем, что эгоистичные и другие связанные цели почти неразрывно смешиваются в контексте каучсерфинга. Мы видим некоторую смесь из просоциального и эгоистичного поведения, укорененного в близкой связи между просоциальными законами и их результатом для человека [9. С. 544], – открытие, которое, вероятно, также будет обнаружено и в других контекстах социального обмена. Такая смесь из эгоистических и альтруистических побуждений, лежащих в основе просоциального действия, была также выдвинута в качестве основания М. Mauss (1925, 1967) [10. С. 76] в его теории о процессе дарения подарка, однако не была затронута в оригинальной теории социального обмена R. Belk (2007, 2010) [11]. Д. Феннелл подходит к взаимодействию между туристами и местными, анализируя отношения через теорию, основанную на сотрудничестве. В своей статье он опирается на социобиологическую теорию, известную также как теория взаимного альтруизма, которая предполагает, что сотрудничество осуществляется потому, что существует вероятность того, что каждая из сторон может принести пользу другой в ближайшем или отдаленном будущем [12. С. 105–124]. Эта система хорошо работает среди каучсерферов. Сотрудничество между хозяином и гостем увеличивает шансы получить положительный отзыв, который, в свою очередь, будет способствовать росту доверия на сайте и, следовательно, увеличивает шансы на получение ответа на запрос в будущем.

Необходимо отметить, что пользователи имеют возможность оставлять отзывы друг о друге прямо на странице профиля, которую могут просматривать другие пользователи и тем самым судить о добросовестности и надежности серферов и хозяев. Взаимные публичные характеристики и количество дружеских связей являются самыми важными показателями для принятия решения относительно поступившего запроса [13. С. 367–380], а также выступают в качестве одной из форм субкультурного капитала, помогая укрепить чувство общности. Продолжительность членства в проекте ведет к увеличению сети контактов, накоплению положительной обратной связи в виде отзывов, увеличению количества друзей в сети и, как следствие, росту социального капитала, который помогает укреплению положительной репутации [14. С. 12]

Для многих идея пригласить незнакомца в свой дом является верхом безумия. Однако, как гласит сайт проекта, «незнакомец – это друг, которо-

го вы просто еще не встречали». Успешность социальной сети обусловлена созданием многочисленных взаимодействий людей по всему миру, перенесенных из виртуальной среды в реальное пространство. Сообщество каучсерферов представляет собой институционализированную неформальную практику в сфере гостеприимства, которая позволяет социализировать людей в любом месте планеты. Каучсерфинг базируется на коллективных практиках, осуществляемых локально, поэтому важную роль играют социокультурные особенности конкретной страны. Сеть Интернет является пространством, где формируется единая рамка восприятия для членов определенного сообщества. Г. Рейнгольд в труде «Виртуальное сообщество» писал о возникновении в Интернете новой формы солидарности в сообществах, которые объединяются вокруг общих ценностей и интересов [15. С. 134]. Каучсерфинг уделил особое внимание организации доверия: помимо полного отказа от виртуальной анонимности, существующей в рамках многих онлайн-сервисов, в профиле каждого можно найти как личную информацию, так и сведения о том, можно ли ему доверять. Такого рода сведения основаны на хорошо продуманной системе отзывов, о которых говорилось ранее и которые нельзя удалить.

Согласно Д. Келнеру в любой социальной сети существует возможность свободного выбора своей идентичности, которая становится игрой по свободному выбору, театральным представлением своего Я [1]. По мнению J. Germann Molz, основной темой интернет-сообществ по обмену гостеприимством является космополитическая установка по отношению к миру и открытость по отношению к разнице. В сервисе «Каучсерфинг» происходит конструирование сетевой космополитичной идентичности. Множество участников сообщества называют себя «гражданами мира». J. Тап в своем исследовании отмечает, что одной из важных характеристик самоидентичности каучсерферов является «отсутствие каких-либо предубеждений», которое фигурирует практически во всех интервью [13]. Идея непредубежденности в онлайн сообществе может быть реализована через «принцип однородности», который J. Germann Molz формулирует как определенное сходство между членами сообщества, отменяющее индивидуальные различия, чтобы объединить общину [16. С. 65–80]. В связи с этим происходит формирование определенной коллективной идентичности каучсерферов, опосредованной сетью активных отношений между акторами, вступающими в коммуникацию. Вся идеология каучсерфинга основывается на интересе участников сообщества к путешествиям и взаимопомощи. Стремление путешествовать подразумевает наличие определенных ценностей и установок, таких как значимость познания нового, открытость и солидарность.

Идентичность каучсерфера складывается из двух элементов: его самопрезентации в собственном профиле и тех отзывов, которые оставили о нем другие субъекты сети. Некоторые каучсерферы при чтении описания профиля ищут проявления непредубежденности, такие как большой опыт путешествий, опыт размещения в своем доме людей разных национально-

стей, и соответствующие отзывы гостей на странице пользователя, являющиеся индикаторами того, насколько он открыт для другой культуры. В то же время большинство каучсерферов не считают себя «типичными» представителями своей национальности. Взаимосвязь может быть установлена между двумя явлениями – каучсерферы чувствуют себя несколько оторванными от своей родной культуры и добиваются признания онлайн или офлайн сообщества. Космополитическими убеждениями характеризуются, как правило, мобильные, любопытные, непредвзятые и рефлексивные индивиды, способные видеть и отмечать ценность индивидуальных различий. Таким образом, онлайн профиль можно рассматривать как своего рода автобиографию, при помощи которой пользователь может продемонстрировать открытость или свои космополитические убеждения.

Важно подчеркнуть, что без Интернета не могли бы появиться ни сама сеть гостеприимства, ни идентичность, основанная на сопричастности людей Couchsurfing.

Существует несколько исследований, которые, на наш взгляд, достойны особого внимания, однако стоит отметить постоянно растущее число зарубежных докторских и магистерских работ, привлекающих внимание к миру компьютерно-опосредованного обмена гостеприимством. Одной из наиболее ранних и полных статей по вопросам каучсерфинга является «Cosmopolitans on the Couch: Mobile Hospitality and the Internet» (2007), написанная J. Germann Molz и занимающая центральное место в современной литературе по данной тематике. Germann Molz акцентирует свое внимание на вопросе о том, каким образом Интернет используется для поддержания отношений между хозяином и гостем, пропуская материал через призму гостеприимства. Она фокусируется на трех ключевых областях – расположенность участников по отношению друг к другу, роль репутации в поддержании отношений гостеприимства и парадокс «глобального» сообщества, объединяющего разных людей, являющихся единомышленниками в рамках системы интернет-сообщества. Она отмечает, что объединяющим ядром каучсерфинга является не столько предложение жилья, сколько смысловые отношения между людьми, что может быть интересным феноменом для изучения пересечения онлайн и офлайн миров [16. С. 65–80].

V. Steylaerts и S. O'Dubhghaill (2012) в своих работах обращают внимание на появление каучсерфинга как тенденции бросить вызов истинной природе подлинности, играя немаловажную роль в создании индивидуализированного опыта для членов сообщества. Их исследование основано на собственном опыте этнографической и полевой работы среди каучсерферов во Фландрии и является частью более крупного исследовательского проекта в области туризма в этом районе [17. С. 261–278].

D. Rosen с соавт. (2011) также провели исследование на примере членов проекта «Каучсерфинг», в котором приняли участие 1 094 респондента. Было обнаружено, что чувство принадлежности сообществу наибо-

лее характерно для лиц, часто посещающих местные собрания каучсерферов, и один на один контактирующих друг с другом членов проекта [18].

С. Toeniskoetter в своей диссертации (2013) рассматривает роль пола в создании чувства безопасности и доверия среди каучсерферов. Она не ограничивает исследования одной конкретной географической областью, сосредоточиваясь на своем опыте каучсерфинга в ряде стран, а также тематическом исследовании с участием женщины из Канады, имеющей негативный опыт пользования каучсерфингом. Toeniskoetter отмечает, что доверие к системе «Каучсерфинг» в целом не меняется. Даже несмотря на знание пользователей о том, что некоторые участники имеют негативный опыт, многие из получивших такой опыт продолжают использовать сайт [19].

Работа А. Chaplin (2012) касается подлинности встреч, построения особой реальности, основанной на контакте с «другим» и чувстве аутентичности опыта участников проекта «Каучсерфинг», на примере каучсерферов из Сербии. Он обсуждает иллюзию аутентичности переживаний в каучсерфинге и то, как члены проекта принимают выстроенные представления об аутентичности за реальные. Он утверждает, что «реальное» тесно связано со спонтанностью – качеством, которое часто упоминается в профилях каучсерферов, так как предполагает отсутствие контроля над событиями, в противоположность строго организованным туристическим группам или предлагаемым в путеводителях запланированным досугу и развлечениям [20].

D. Rosen с соавт. (2011) в своей работе отмечают, что, несмотря на то, что Интернет изменил концепцию сообщества как такового и привел к стиранию границ между виртуальными и реальными сообществами, исследований сообществ, которые присутствуют и в географической, и в виртуальной среде, довольно мало. Каучсерфинг идет против многих привычных, относящихся к частной жизни социальных норм и дает возможность соединить людей, разделяющих общие интересы и идеалы, такие как открытость по отношению к незнакомцам, позволяет поддерживать существующие отношения, а также расширять личные социальные сети. Каучсерфинг может генерировать доверие, чувство принадлежности к сообществу, содействовать встрече пользователей лицом к лицу, создает возможности для образовательных обменов, ведет к росту коллективного сознания, распространению толерантности и содействует культурному взаимопониманию. Каучсерфинг, по мнению Rosen с соавт. (2011), ведет к увеличению социального капитала [18].

I. Light (2004) описывает социальный капитал как совокупность доверительных отношений, доступных в социальной сети [21. С. 145–151]. Способность личности осуществлять свои потребности путем доступа к ресурсам определяет количество социального капитала, которое у нее есть. Важно отметить, что конструкт социального капитала выходит за рамки простого измерения «кто к кому подключен». Социальный капитал скорее описывает, как эти соединения приводят к доверию на индивидуальном и групповом уровнях. Социальный капитал и доверие неразрывно связаны между собой [18].

Е. Pultar, М. Raubal и К. Goulías в своем исследовании обнаружили, что чем старше человек становится, тем он будет меньше пользоваться серфингом или поиском «свободного дивана» и больше участвовать в сообществе в качестве хоста, другими словами – принимать гостей. Они также отмечают, что вопрос о том, почему мужчины чаще пользуются возможностями каучсерфинга, чем женщины, остается открытым [22].

Результаты существующих исследований демонстрируют, что участники, которые не встретились лицом к лицу с другими членами, т.е. не дополнили свое онлайн взаимодействие офлайн элементами общения, имеют более низкое чувство принадлежности к сообществу, чем те, у кого есть такой опыт встречи. Увеличение числа участников на регулярных местных собраниях каучсерферов также положительно коррелирует с чувством принадлежности к сообществу [18].

Исследование А. Bower было проведено в Амстердаме. В своей работе он делится выводами, полученными на основании интервью участников проекта и личного опыта участия. Он, так же как и другие исследователи, утверждает, что отзывы, полученные от других пользователей, действуют как форма субкультурного капитала, и изучает, каким образом это влияет на пользователей и их дальнейшие действия. Эти отзывы довольно часто наполнены положительными словами и чувствами в надежде вызвать возвратно-поступательное движение в свой адрес. По его наблюдениям, пользователи с наибольшим количеством положительных ссылок получают большее количество запросов от серферов и с большей вероятностью найдут для себя ночлег, чем пользователи без отзывов или с отрицательными отзывами о них [14].

Положительные отзывы действуют как страховка, а доверие является частью идеологии и практики истинного каучсерфинга. А. Bower делится наблюдениями о том, какой вклад вносят сами участники, какую роль играет встреча в этом процессе, рассуждает об аутентичности, подлинности и интимности полученного в таком проекте опыта и отличиях его от массового туристического опыта. В качестве одного из подтверждений своих суждений он рассматривает процесс совместного принятия пищи с хозяином дома, в который пребывает путешественник, участник проекта. Пища пропитана рядом социально-культурных смыслов, и некоторые из них вступают в игру, когда человек делится ею с другими. Для каучсерферов пища часто используется в качестве маркера культурной самобытности, а возможность разделить ее с другим членом способствует обмену частью их культуры и личной истории. Как мы знаем, многие туристические компании и мероприятия стремятся использовать разницу между «домом» и пунктом назначения, каучсерфинг делает противоположное, тем самым позволяя максимизировать подлинность опыта путешествий.

Безусловно, размещение незнакомца в своем доме может повлечь за собой чувство некоторого дискомфорта. Однако сама идея каучсерфинга состоит в том, что «мир» входит в дом вместе с незнакомцем; таким образом, это пересечение между интимностью домашней среды и общественной

сферой становится несколько размытым, и каучсерфер активно стремится к таким встречам и делает свой дом местом для открытости и дружбы или разногласия. В случае отрицательного опыта хозяин может попросить покинуть его дом, оставить гостя в одиночестве или оставить отрицательную ссылку, что, как следствие, ведет к нарушению доверия к системе, поскольку пользователи больше не ощущают себя в безопасности. Единичный неудачный опыт может заставить пользователя покинуть сообщество навсегда.

Отрицательные отзывы — довольно редкое явление в мире каучсерфинга. Adamic с соавт. (2011) отмечают, что отношение положительных ссылок к отрицательным на сайте около 2 500:1; можно сделать вывод, что подавляющее количество взаимодействий в каучсерфинге является положительным [14]. Хотя мы и не сомневаемся в том, что дело обстоит именно так, можно предположить, что существуют случаи, когда пользователи не желают оставлять отрицательные отзывы из-за страха последствий. Поскольку положительные отзывы влекут за собой положительные отзывы в ответ, отрицательный отзыв может повлечь за собой отрицательный отзыв, даже если взаимодействие было отрицательным только для одной из сторон. Отрицательные ответы часто пишутся в виде возмездия против каких-либо обвинений.

В руководстве сайта «Каучсерфинг» есть раздел, охватывающий описание действий в случае получения отрицательного опыта. Он включает в себя следующие предложения: «Задумайтесь. Прежде всего, для начала рассмотрим опыт подробнее. Возможно ли, что разногласию способствовали особенности характера или культурная разница? Была ли нарушена коммуникация до или после, что могло привести к спору? Какого разрешения ситуации вы надеетесь достичь?»

Зачастую участники пребывают друг с другом в течение нескольких дней и впоследствии могут уже никогда не увидеть друг друга снова. Тот факт, что это взаимодействие ограничено довольно небольшим промежутком времени, означает, что чаще всего отношения формируются гораздо быстрее, чем в любой другой социальной среде. Необходимость делить совместное домашнее пространство заставляет участников чувствовать себя более комфортно друг с другом, следовательно, менее настороженно, нежели в публичном пространстве. «У меня теперь есть друзья по всему миру», — пишет одна из участниц. Мы можем говорить о том, что каучсерфинг является не просто платформой для поиска бесплатного жилья, проект нацелен и на создание довольно прочных связей между его участниками, а также позволяет познакомиться с национальными особенностями того или иного региона.

Таким образом, можно сделать вывод, что опыт участников проекта «Каучсерфинг» существенно отличается от опыта массовых туристов. Во-первых, данный опыт включает в себя общение с местными жителями. В отличие от массовых туристов, участники данной гостевой сети не изолированы от принимающего общества. Более того, они могут не только наблюдать за жизнью принимающего сообщества, но и принимать участие в повседневных практиках местных жителей. Пользователи данного серви-

са более «свободны», чем массовые туристы, – они получают доступ к тем местам, которые массовым туристам обычно не показывают, поэтому их «взгляд» выходит за рамки туристской репрезентации. Участники проекта «Каучсерфинг» не просто являются пассивными потребителями туристских услуг, они сами участвуют в создании своего туристского опыта. Их туристский взгляд более субъективен, они сами выбирают, на что смотреть и как смотреть. В связи с этим можно утверждать, что в данном случае возможно получение аутентичного туристского опыта.

Анализ феномена каучсерфинга способен внести свой вклад в исследования, касающиеся обмена опытом и совместного пользования, открывая дополнительную перспективу смещению акцента на возможность делиться с другими какими-либо материальными ресурсами, а также возможности исследования конкретных типов эмпирического капитала, который может способствовать саморазвитию как результату такого обмена.

Каучсерфинг отличается чрезвычайно богатым культурным разнообразием, что представляет научно-исследовательский интерес с точки зрения того, как участники из разных стран и культур уживаются и сотрудничают друг с другом. Исследование взаимосвязи между культурными отличиями, личностными предпочтениями, процессом формирования доверия и привязанностей может помочь в объяснении и преодолении различных психологических препятствий на уровне как глобальных, так и местных сообществ.

Было осуществлено множество исследований в попытке определить пользу создания новых форм сообществ в Интернете, результаты которых говорят о том, что Интернет служит людям инструментом для поддержания контактов с семьей и друзьями во время поездок и в то же время способствует формированию новых отношений. Каучсерфинг, в свою очередь, также может дать своим членам чувство социальной поддержки при нахождении в неизвестной местности. Tyler (2002) предполагает, что Интернет просто предоставил нам новый способ осуществления привычных вещей, а каучсерфинг предлагает новую модель гибридного онлайн-офлайн сообщества, позволяющего посредством формирующегося в результате общения социального доверия и чувства принадлежности преодолевать географические и культурные границы [18].

Перспективы исследования в русле коммуникативно-нарративного подхода

Представленный выше обзор показывает недостаточную изученность проблемы аутентичности туристического опыта, получаемого участниками проекта.

Для полноценного исследования аутентичности туристического опыта участников проекта, влияющего на существенные изменения современной личности, в качестве методологической основы нами был выбран коммуникативно-нарративный подход. Основную идею нарративной пси-

хологии можно сформулировать так: человек конструирует свою самость, когда повествует о своей жизни и придает ей смысл в процессе и с помощью своей личной истории. Идеи нарративной психологии близки к экзистенциальным идеям о важности смысла и звучат как конструирование самости через нарратив и придание смысла жизни через смысл истории. Нарративная психология основывается на предположении о том, что человеческий опыт и поведение обладают значением, и для того, чтобы понять нас самих и других людей, нам необходимо исследовать системы и структуры значений, которые формируют качества нашего мышления, коммуникаций и коммуникативных миров. В этой связи модель «идентичности как жизненной истории», разработанная Мак Адамсом, представляет собой эффективный метод получения основных характеристик самоидентичности каучсерферов. Она позволит выстроить и проанализировать процесс конструирования самоидентичности личности на пересечении онлайн и офлайн ее коммуникативных миров.

Коммуникативный подход предполагает новую, более релевантную интерпретацию общеизвестных характеристик, связанных с дискурсом и языком. Нарративный мир человека, по сути, – это его внутренняя референтная коммуникация с собой, прежде всего; «системы культурных значений, таких как язык», не просто законсервированы в языке, строго говоря, их там даже нет. Они оживают и существуют в различных коммуникациях, и в этом пространстве можно определить специфику коммуникативной культуры кочевников. Поэтому «Метод моделирования коммуникативных миров» и «Метод психосемантического графа» В.И. Кабрина [23, 24] дают возможность вовлечь респондентов в ситуацию самоанализа своего жизненного мира, своих ценностей и коммуникативных отношений и таким образом раскрыть существенные особенности личности каучсерфера.

Поскольку глобальные туристские потоки влекут тотальное освоение культурного пространства, турист, пребывая в различных дестинациях, сравнивает социокультурные системы, проводит тем самым компаративный анализ образов неизвестных культур. Ценность путешествия важна как экзистенциальный опыт познания и сравнения культурного пространства различных культур. Так как феномен туризма предполагает свободу выбора из всего многообразия социокультурного опыта человечества, мы можем понять основное направление и перспективу развития личности человека ближайшего будущего.

Литература

1. Ахрамеева Е.С. Идентичность как основание формирования гражданского общества на примере сообщества каучсерферов // Проблемы гражданской и региональной идентичности в современной России : сборник научных трудов. Ульяновск : УлГТУ, 2015. С. 23–26.

2. Русакова О.Ф. Дискурс мобильности в современных коммуникациях // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Сер. Гуманитарные науки. 2014. Т. 22, № 13. С. 245–252.
3. Луневич И. Феномен аутентичности в современном индивидуальном туризме на примере проекта «Couchsurfing» // Европа-2012: глобальное и локальное / под ред. Г.Я. Миненкова. Вильнюс : ЕГУ, 2013.
4. Germann Molz J. Travel connections: Tourism, technology, and togetherness in a mobile world. Routledge, 2012.
5. Официальный сайт проекта «Couchsurfing». URL: <http://couchsurfing.org> (access date: 07.08.2017).
6. Keinan A., Kivetz R. Productivity orientation and the consumption of collectable experiences // Journal of Consumer Research. 2011. № 37.6. P. 935–950.
7. Hellwing K. et al. Share Your Life and Get More of Yourself. Experience Sharing in Couchsurfing // NA-Advances in Consumer Research. 2014. Vol. 42.
8. Sahlins M.D. Stone age economics. Transaction Publishers, 1974. Vol. 130.
9. Dan A., Bracha A., Meier S. Doing good or doing well? Image motivation and monetary incentives in behaving prosocially. 2007. URL: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/55577/1/568825446.pdf>.
10. Mauss M. The gift: Forms and functions of exchange in archaic societies. 1967. URL: http://goodmachine.org/PDF/mauss_gift.pdf.
11. Belk R. Why not share rather than own? // The Annals of the American Academy of Political and Social Science. 2007. № 611.1. P. 126–140.
12. Fennell D.A. Evolution in tourism: The theory of reciprocal altruism and tourist–host interactions // Current Issues in Tourism. 2006. № 9.2. P. 105–124.
13. Tan J.-E. The leap of faith from online to offline: An exploratory study of Couchsurfing.org // International Conference on Trust and Trustworthy Computing. Berlin : Springer, 2010.
14. Strating, Secondary Readers Dr AT. Couches and Canals: An Ethnographic Analysis of Couchsurfing in Amsterdam : diss. / Faculty of Social and Behavioural Sciences in partial fulfilment of the requirements for the degree of Master of Science, Department of Cultural and Social Anthropology, University of Amsterdam. Amsterdam, 2015.
15. Rheingold H. The virtual community: Homesteading on the electronic frontier. MIT press, 2000.
16. German Molz J. Cosmopolitans on the couch: Mobile hospitality and the Internet // Mobilizing hospitality: The ethics of social relations in a mobile world. 2007. P. 65–80.
17. Steylaerts V., O'Dubhghaill S. CouchSurfing and authenticity: Notes towards an understanding of an emerging phenomenon // Hospitality & Society. 2012. № 1.3. P. 261–278.
18. Devan R., Lafontaine P.R., Hendrickson B. CouchSurfing: Belonging and trust in a globally cooperative online social network // New Media & Society. 2011. № 13.6. P. 981–998.
19. Toeniskoetter C. Hospitality Exchange: Overcoming safety, trust, and gender concerns in the Couchsurfing community. December, 2013. URL: <https://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/102763/ctoenis.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (access date: 10.04.2017).
20. Chaplin A. «A stranger is just a friend you haven't met yet»: understanding the 'CouchSurfing' network's immediate encounters : diss. MSc Thesis. University of Amsterdam, 2012.
21. Light I. Social capital's unique accessibility // Journal of the American planning Association. 2004. № 70.2. P. 145–151.
22. Pultar E., Raubal M., Goulias K. The Role of geography in couchsurfing social network activities // Multidisciplinary Research on Geographical Information in Europe and Beyond Proceedings of the AGILE'2012 International Conference on Geographic Information Science. Avignon, 2012.

23. Кабрин В.И., Сметанова Ю.В., Звездина Е.А. Пилотное исследование транскультуральной психосемантики личностно значимых коммуникативных миров инновационно и предпринимательно ориентированной молодежи // Вестник Томского государственного университета. 2015. № 394. С. 211–219. DOI: 10.17223/15617793/394/34.
24. Кабрин В.И. Транскоммуникабельность ценностно-смысловых концептов и когнитивно-конструктивных решений творческой личности (введение в ноэтический антропопоэзис) // Сибирский психологический журнал. 2014. № 54. С. 158–175.

Поступила в редакцию 05.05.2017 г.; принята 20.07.2017 г.

Сведения об авторах:

НЕКЛЮДОВА Снежана Владиславовна, аспирант факультета психологии Томского государственного университета (Томск, Россия). E-mail: s.v.neklyudova@gmail.com

КАБРИН Валерий Иванович, доктор психологических наук, профессор, профессор кафедры психологии личности Томского государственного университета (Томск, Россия). E-mail: kabrin@list.ru

FORMATION OF A NEW TYPE OF MOBILE PERSONALITY LIFESTYLE IN TRANSCULTURAL COMMUNICATION

Siberian journal of psychology, 2017, 65, 66–82. DOI: 10.17223/17267080/65/5

Nekludova Snezhana V., Kabrin Valery I., Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation)

E-mail: s.v.nekludova@gmail.com; kabrin@list.ru

Keywords: couchsurfing; psychology of mobility; hospitality exchange networks; online identity; experiential capital; social capital; the theory of reciprocal altruism; cosmopolitan identity; psychology of trust; authenticity of the tourist experience.

Due to the changes in tourism associated with the development of modern technology new forms of tourist practices and travel ways has emerged. One of such new phenomena is virtual hospitality networks. Advances in online network technology enable the emergence of new social solidarity forms among people in virtual space, creating new horizons and context for social mobility problems research, new perspectives and psychological changes in communicative relations. The international hospitality network Couchsurfing has become an important leader in the alternative tourism world and interesting source for anthropological research. Couchsurfing offers a new model of hybrid online-offline community allowing by emerging as a result of communication of social trust and a sense of belonging overcoming geographical and cultural boundaries. In addition, this phenomenon is interesting because of virtual and real network intersection and cosmopolitan identity construction.

In our article we present several works concerning this topic that, in our opinion, worth special attention. Based on the results of these studies we can conclude that the experience of the Couchsurfing project participants is significantly different from the experiences of mass tourists. Participants of the Couchsurfing project are involved themselves in creation of their tourist experience, in this regard, it can be argued that in this case it is possible to obtain authentic tourist experience. The analysis of the Couchsurfing phenomenon is also able to contribute to studies related to the experience exchange and sharing, opening an additional perspective to the emphasis on the ability to share any physical resources, as well as the prospect studies of specific types of experiential capital that can contribute to self-development as a result of such exchange. Couchsurfing has extremely rich cultural diversity that constitutes the research interest from the point of view of how people from different countries and cultures get along and cooperate with each other. A study of the relationship between cultural differences, personal preferences, the process of forming trust and attachment can help to explain and overcome the various psychological obstacles at the level of global and local communi-

ties. However, the presented overview shows insufficient knowledge of the authenticity problem of the tourist experience gained by hospitality network participants.

To examine the authenticity of the tourist experience of the hospitality network participants, affecting significant changes of a modern person, as a methodological framework, we will describe and offer a communicative and narrative approach, and also describe the perspective for the future research of this phenomenon.

References

1. Akhrameeva, E.S. (2015) Identichnost' kak osnovanie formirovaniya grazhdanskogo obshchestva na primere soobshchestva kauchserferov [Identity as the basis for the formation of civil society on the example of the community of couchsurfers]. In: Shinyayeva, O.V. (ed.) *Problemy grazhdanskoy i regional'noy identichnosti v sovremennoy Rossii* [Problems of Civil and Regional Identity in Modern Russia]. Ulyanovsk: Ulyanovsk State Technical University. pp. 23–26.
2. Rusakova, O.F. (2014) Diskurs mobil'nosti v sovremennykh kommunikatsiyakh [Discourse of mobility in modern communications]. *Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser. Gumanitarnye nauki*. 22(13). pp. 245–252.
3. Lunevich, I. (2013) Fenomen autentichnosti v sovremennom individual'nom turizme na primere proekta "Couchsurfing" [The phenomenon of authenticity in modern individual tourism using the example of the project "Couchsurfing"]. In: Minenkov, G.Ya. (ed.) *Evropa-2012: global'noe i lokal'noe* [Europe-2012: Global and local]. Vilnius: European Humanities University.
4. Germann Molz, J. (2012) *Travel Connections: Tourism, Technology, and Togetherness in a Mobile World*. Routledge.
5. Couchsurfing.org (n.d.) *Official site of the project "Couchsurfing"*. [Online] Available from: <http://couchsurfing.org>. (Accessed: 7th August 2017).
6. Keinan, A. & Kivetz, R. (2011) Productivity orientation and the consumption of collectable experiences. *Journal of Consumer Research*. 37.6. pp. 935–950. DOI: 10.1086/657163
7. Hellwing, K. et al. (2014) Share Your Life and Get More of Yourself. Experience Sharing in Couchsurfing. *NA-Advances in Consumer Research*. 42.
8. Sahlin, M.D. (1974) Stone age economics. *Transaction Publishers*. 130.
9. Dan, A., Bracha, A. & Meier, S. (2007) *Doing good or doing well? Image motivation and monetary incentives in behaving prosocially*. [Online] Available from: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/55577/1/568825446.pdf>.
10. Mauss, M. (1967) *The gift: Forms and functions of exchange in archaic societies*. [Online] Available from: http://goodmachine.org/PDF/mauss_gift.pdf.
11. Belk, R. (2007) Why not share rather than own? *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 611.1. pp. 126–140. DOI: 10.1177/0002716206298483
12. Fennell, D.A. (2006) Evolution in tourism: The theory of reciprocal altruism and tourist–host interactions. *Current Issues in Tourism*. 9.2. pp. 105–124. DOI: 10.1080/13683500608668241
13. Tan, J.-E. (2010) The leap of faith from online to offline: An exploratory study of Couchsurfing. Org. *International Conference on Trust and Trustworthy Computing*. Berlin: Springer. pp. 367–380. DOI: 10.1007/978-3-642-13869-0_27
14. Bower, A. (2015) *Couches and Canals: An Ethnographic Analysis of Couchsurfing in Amsterdam*. Master of Science Diss. University of Amsterdam. Amsterdam.
15. Rheingold, H. (2000) *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier*. Boston: MIT press.
16. German Molz, J. (2007) Cosmopolitans on the couch: Mobile hospitality and the Internet. In: German Molz, J. & Gibson, S. *Mobilizing hospitality: The ethics of social relations in a mobile world*. Ashgate Publishing, Ltd. pp. 65–80.

17. Steylaerts, V. & Dubhghaill, S.O. (2012) CouchSurfing and authenticity: Notes towards an understanding of an emerging phenomenon. *Hospitality & Society*. 1(3). pp. 261–278. DOI: 10.1386/hosp.1.3.261_1
18. Devan, R., Lafontaine, P.R. & Hendrickson, B. (2011) CouchSurfing: Belonging and trust in a globally cooperative online social network. *New Media & Society*. 13(6). pp. 981–998. DOI: 10.1177/1461444810390341
19. Toeniskoetter, C. (2013) *Hospitality Exchange: Overcoming safety, trust, and gender concerns in the Couchsurfing community*. [Online] Available from: <https://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/102763/ctoenis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. (Accessed: 10th April 2017).
20. Chaplin, A. (2012) “A stranger is just a friend you haven’t met yet”: Understanding the ‘CouchSurfing’ network’s immediate encounters. MSc Thesis. University of Amsterdam.
21. Light, I. (2004) Social capital’s unique accessibility. *Journal of the American Planning Association*. 70(2). pp. 145–151.
22. Pultar, E., Raubal, M. & Goulias, K. (2012) The Role of geography in couchsurfing social network activities. *Multidisciplinary Research on Geographical Information in Europe and Beyond Proceedings of the AGILE’2012 International Conference on Geographic Information Science*. Avignon.
23. Kabrin, V.I., Smetanova, Yu.V. & Zvezdina, E.A. (2015) Pilot research of transcultural psychosemantics of personally important communicative worlds of innovation and entrepreneurship-oriented youth. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal*. 394. pp. 211–219. (In Russian). DOI: 10.17223/15617793/394/34
24. Kabrin, V.I. (2014) Transcommunicate of valuable-semantic concepts and cognitive-constructive decisions of the creative personality (introduction in noetic anthropopoiesis). *Sibirskiy psikhologicheskiy zhurnal*. 54. pp. 158–175. (In Russian).

Received 05.05.2017;

Accepted 20.07.2017