

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ

УДК 316.422.42; 316.662.4; 316.353

DOI: 10.17223/17267080/67/8

И.П. Кужелева-Саган, Н.А. Сучкова

Томский государственный университет (Томск, Россия)

Цифровое кочевничество в среде томских студентов: идентификация и самоидентификация

Цифровое кочевничество (Digital Nomadism, DN) – один из новых трендов современного сетевого общества. Это образ жизни, характеризующийся высокой географической мобильностью и постоянной подключенностью к Интернету. При этом динамика его изучения существенно отстает от скорости распространения самой культурной практики DN. В статье представлены результаты исследования идентификации томскими студентами образа цифрового кочевника / номада, а также их самоидентификации относительно этого нового явления.

Ключевые слова: цифровые кочевники; цифровой номадизм; студенты Томска; идентификация и самоидентификация.

Введение

Идея «нового кочевничества» возникает еще в 60-е гг. XX в. в работах известного философа, теоретика средств коммуникации М. Маклюэна [1]. Немногим позднее, в 1970–1980-х гг., она превращается в одну из самых обсуждаемых концепций постмодернизма – «номадологию» Ж. Делёза и Ф. Гваттари [2]. Все эти исследователи наделяют новых кочевников (или номадов) чертами более ранних предшественников, однако их представления существенно разнятся. Новый номад у Маклюэна – это метафорический образ, тождественный древним собирателям и отличающийся от них лишь объектом своего стремления, в качестве которого выступают уже не дикие злаки и корни растений, а информация. По мнению Делёза и Гваттари, новый номад – это «воин свободной мысли», «вооруженный» информацией, трансформирующейся в знание, способный разрешить вечный конфликт между властью государства и свободой личности.

За последние полстолетия к образу кочевника / номада не раз обращались авторы различных философских, социологических теорий и концепций («номадический капитализм» Р. Уильямса, «номады постмодерна» З. Баумана, «взаимосвязанный номадизм» Р. Брайдотти и др.). Однако в принципиально новом своем воплощении – идее цифрового / электронного кочевничества – он предстал только на рубеже XX–XXI вв. в результате

массового распространения сети Интернет, цифровых технологий и мобильных средств связи.

Появление понятия «*цифровой номад*», ставшего позднее междисциплинарным термином, первоначально связано с выходом книги Ц. Макимото и Д. Мэннерса «Цифровой кочевник» («Digital Nomad») в конце 1990-х гг. [3]. Согласно позиции авторов, основными характеристиками цифрового кочевничества становятся постоянная географическая *мобильность* (глобальная и локальная) и *подключенность к Сети*. Именно они (характеристики) и причины их возникновения являются отправной точкой для происходящих изменений, распространяющихся на культуру, личностную и социальную природу, образ жизни, ценности и мировосприятие современного цифрового номада.

В результате анализа множества научных и научно-публицистических источников, а также текстового и видеоконтента в Сети было выявлено, что обобщенный социально-психологический и культурно-антропологический «портрет» цифрового кочевника, помимо двух базовых идентификаторов (перманентной мобильности и подключенности к Сети), составляет ряд важных характеристик. Среди них: потеря значимости пространственно-временных границ; ценность «здесь-и-сейчас» настоящего по сравнению с прошлым и будущим; ослабление или утрата привязанности к дому, важности родственных связей и социальных обязательств; высокая адаптивность и приспособляемость к изменениям; «жизненный аутсорсинг»¹ как ключевой принцип, определяющий образ жизни; предпочтение виртуальных форм коммуникационного взаимодействия живому общению и множество других черт и особенностей, в целом формирующих уникальный образ.

Итак, цифровой кочевник – уже не просто герой авторских метафорических идей и концепций, примеряющий различные облики, роли, черты и характеристики на страницах научных и публицистических источников, но реальный и активный представитель современного общества. Стремясь адаптировать устаревшие социальные структуры, идеи и системы к личным потребностям, ценностям и правилам игры, он неизбежно изменяется и сам под влиянием всепоглощающих процессов технологизации, цифровизации, медиализации и др. Возрастающая динамика распространения цифрового номадизма в глобальных и локальных географических границах и социальных пространствах, постепенное приобретение им статуса одного из наиболее массовых социальных явлений современности и проблемы, связанные с идентификацией и самоидентификацией [4]² социальных

¹ «Жизненный аутсорсинг» – процесс передачи множества операций и действий (навыков счета и письма, сохранения и воспроизведения информации, управления многими внутренними и внешними процессами (регулирование температуры тела, вождение автомобиля, приготовление пищи и т.д.)) «в руки» искусственного электронного интеллекта.

² В рамках исследования и в данной статье под идентификацией понимается уподобление, опознание объектов, личностей в процессе сравнения, сопоставления. Самоидентификация рассматривается как процесс формирования человеком представления о

субъектов с позиций цифрового кочевничества, делают его объектом интереса для многих научных направлений, школ, а также практико-ориентированных видов деятельности.

Томск как пространство студенческого цифрового кочевничества

Для Томска в «гипериндустриальную эпоху» [5] наступает время необходимых изменений, трансформирующих привычные социальные роли, ценности и нормы, преобразующих устойчивые и, казалось, нерушимые системы и структуры в нечто абсолютно уникальное, ранее не существовавшее и на сегодняшний день мало изученное. Томские университеты как «градообразующие предприятия» сегодня стремятся к формированию мультикультурной и международной среды в пределах своего образовательного пространства и приближению города-университета к образам номадического «оазиса» и «коммуникационного хаба». Образующиеся в результате подобных процессов коммуникационные потоки и каналы с каждым днем увеличивают плотность, подключая к себе представителей научного, студенческого сообщества и способствуя их переходу от седентаризма (оседлости) как основы мировоззрения и образа жизни ко все большей мобильности (номадизму).

В условиях социальных, культурных, экономических и иных трансформаций изменяется и городская среда, в которой открывается новый диапазон доступных средств, технологий и происходит формирование «кочевой» инфраструктуры. Уже сегодня элементами городской инфраструктуры становятся коворкинговые зоны и временные рабочие станции, библиотеки с залами для круглосуточной интеллектуальной деятельности, кафе с подключением к Сети и иные «третьи места» [6] – пространства, совмещающие работу и досуг. Эти изменения неразрывно связаны с образом жизни и мировоззрением населения: «развитие города все в большей мере начинает определяться индивидуальными жизненными стратегиями населяющих его людей» [7. С. 205]. Отсюда формирование «кочевой» инфраструктуры, международных сетей и потоков, развитие технологий и множество иных подобных процессов, происходящих в Томске в течение более двадцати лет, есть прямое отражение его социальной среды, настроений и стремлений его жителей.

Очевидно, что одной из ключевых аудиторий и ведущих социальных групп города-университета являются студенты – «дети города» и образовательные мигранты из стран ближнего и дальнего зарубежья. С каждым годом они все более мобильны, технически образованы и не связаны ранее доминировавшими в социуме седентаристскими представлениями и жесткими пространственно-временными границами. Следовательно, в резуль-

себе самом как о самотождественной, цельной и уникальной личности. Самоидентификация – это специфически человеческий акт, который формируется под влиянием культуры, а не предзадан от природы [4].

тате совмещения действительной картины происходящих изменений в городском, научно-образовательном, социальном пространствах в целом и студенческой среде как одной из ведущих и центральных частей локального общества возникает вопрос: как и в какой степени находит воплощение такое глобальное социальное явление современности, как цифровой нómадизм, в образах, сознании и жизненных стратегиях томских студентов?

Для изучения томских студентов в контексте цифрового нómадизма в период с января по март 2016 г. было проведено исследование с использованием методов аудиторного анкетирования и фокус-групп. В исследовании приняли участие 94 человека – студенты очной формы обучения различных курсов, специальностей и факультетов трех томских вузов: Томского государственного университета (ТГУ), Томского политехнического университета (ТПУ) и Томского университета систем управления и радиоэлектроники (ТУСУР). Всего с использованием метода аудиторного анкетирования было опрошено 75 студентов, а для участия в трех фокус-группах были привлечены 19 учащихся трех высших учебных заведений города-университета. В данной статье представлена часть полученных результатов, показывающих, как образ цифрового кочевника воспринимается, идентифицируется, осознанно и бессознательно отождествляется с образом «Я» представителями томского студенческого сообщества.

Теоретико-методологические основы исследования

Основной теоретико-методологического комплекса для составления и анализа «портрета» томского студента – цифрового кочевника стали социально-психологический (Г.М. Андреева, Г.Г. Дилигенский, Л.С. Выготский, С. Московичи) и культурно-антропологический (Р. Познер) подходы. Потенциал социально-психологического подхода к исследованию больших неорганизованных социальных групп заключается в возможности изучения закономерностей возникновения, функционирования и проявления психологических явлений, которые представляют собой результат взаимодействия людей (и их групп) как представителей различных общностей. Обращение к методам социальной психологии в контексте данного исследования обусловлено необходимостью составить представление о личностной природе, психологических характеристиках, закономерностях восприятия, поведения и деятельности цифрового кочевника, а также особенностях общения, отличающих цифровых нómадов как представителей большой неорганизованной социальной группы и части глобального сетевого общества.

Что же касается культурно-антропологического подхода, то, согласно Р. Познеру [8], культурная антропология является одной из трех субдисциплин, формирующих целостную структуру антропологии как науки. Объектом внимания на данном антропологическом уровне выступает менталитет, или духовная культура общества. Изучение различных аспектов данной предметной области (культуры повседневности, коллективной /

исторической памяти, ценностных представлений и ориентаций и др.) позволяет не только исследовать культурно-антропологическую сущность объекта внимания – студента-номада, – но и рассмотреть полученные на этом уровне исследования результаты в контексте социальной и материальной антропологии как субдисциплин, обеспечивающих системную антропологическую целостность.

Безусловно, объектами внимания социальной психологии и культурной антропологии выступают различные аспекты воплощений цифрового номадизма как социокультурного явления и характеристики цифрового кочевника как его представителя. В первом случае – это сами сообщества людей (в данном случае реальных или потенциальных цифровых кочевников) с присущими им социально-психологическими характеристиками и особенностями: восприятия, мышления, стратегий создания и поддержания личных и профессиональных отношений, оценочного отношения к тем или иным социокультурным явлениям и т.д. Во втором – ритуалы повседневности (ее ментальные структуры, материальная природа, темпоральный и событийный ряды, пространства и др.), коллективная / историческая память, стереотипы сознания.

Подход, избранный авторами данной статьи, при котором социально-психологические и культурно-антропологические черты «портрета» цифрового кочевника рассматриваются в своем единстве, обусловлен следующим. Многими исследователями отмечено, что культура цифрового номадизма, в отличие от большинства других культур, складывается на протяжении одного, а не нескольких поколений. Процессы формирования основных социально-психологических характеристик цифровых кочевников (особенностей их восприятия, поведения и пр.) и их культурно-антропологических черт (ценностей, ритуалов, традиций) происходят фактически параллельно. В связи с этим их иногда очень сложно отделить друг от друга. Поэтому ряд авторов предпочитают исследовать их в совокупности (Р. Брайдогги, Э. Россеел, У. Митчелл и др.). В рамках данного исследования подобный принцип стал основой для анализа отношения томских студентов к цифровому кочевничеству и их ключевых социально-психологических и культурно-антропологических характеристик как сегодняшних или «завтрашних» цифровых номадов.

Для решения конкретных задач в рамках исследования использовалась методика типологизации цифровых кочевников, разработанная нами и представленная в предыдущих публикациях [9. С. 183–184; 10]. Она основана, в частности, на таких базовых критериях, как глобальность / локальность кочевания, степень аффилированности и финансовой независимости, продолжительность кочевания, мотивирующие факторы номадизации. Мы полагаем, что на основе этих критериев может быть выделено по крайней мере четыре типа цифровых кочевников.

Глобальные цифровые кочевники – «истинные нетократы», отличающиеся финансовой состоятельностью и высоким профессиональным статусом. Как правило, они руководят бизнес-процессами, регулируют

коммуникационные потоки, принимают управленческие решения в режиме online с использованием многочисленных технологических возможностей. При этом их пространственное местоположение может изменяться непрерывно, находясь в прямом подчинении у личных желаний, предпочтений и не ограничиваемой внешними факторами жажды впечатлений.

Глобальные цифровые кочевники – «собиратели вакансий и впечатлений»: удаленные сотрудники предприятий или организаций, а также фрилансеры, которые под влиянием желаний путешествовать и обрести свободу выбирают кочевой образ жизни. В первом случае они зависимы не только от свободного доступа к Сети, но и от работодателей и наличия вакансий, предполагающих возможность «удаленной работы».

Состоятельные городские цифровые кочевники: предприниматели-одиночки или руководители компаний, работающих по принципу «бизнес без офиса». Их мобильность ограничена пределами одного города, но не конкретным рабочим пространством. Для данного типа цифровых кочевников характерно использование возможностей, предлагаемых в «оазисах» и «третьих местах» – коворкинговых зонах, кафе и библиотеках с доступным интернет-соединением. Перемещаясь с мест на места, покрываемые зоной Wi-Fi, они осуществляют деловые коммуникации как в offline, так и в online-режиме.

Молодые городские цифровые кочевники: студенты, фрилансеры, начинающие специалисты, «удаленные сотрудники», выбирающие в качестве рабочих, учебных, образовательных пространств коворкинговые зоны, кафе, читальные залы библиотек. Как и для предыдущего типа цифровых номадов, для них характерны потребность в постоянном доступе к Сети и мобильность в заданных пространственных пределах. Однако кочевой образ жизни у них часто носит эпизодический характер, а городские «оазисы» совмещают в себе функции рабочих зон и мест проведения досуга.

Проанализировав существующие подходы зарубежных и отечественных исследователей и практиков (З. Баумана, В. Ершовой, А.К. Секацкого, компании «Alcatel-Lucent») к типологизации цифровых кочевников, мы пришли к выводу, что в контексте данного конкретного исследования наш подход является наиболее эффективным, поскольку он позволяет рассматривать цифровых кочевников и студентов, причем не только с позиций глобальных, но и *локальных* (городских) воплощений интересующего нас явления.

Частью методологии исследования являются также деятельностный подход (А.Н. Леонтьев, С.Л. Рубенштейн) и методы анализа социального контекста (Г.М. Андреева). Деятельностный подход позволил рассматривать идентичность как продукт активного взаимодействия человека с окружающей действительностью. Анализ социального контекста учитывает зависимость между геополитическими, экономическими, социально-психологическими, культурно-историческими, технологическими условиями развития отдельных государств, регионов, городов и степенью влияния глобализационных процессов, развитием порождаемых социальных явлений в заданных пространствах.

Результаты исследования

Согласно результатам исследования, большей части опрошенных томских студентов были незнакомы понятия «цифровое кочевничество» и «цифровой номадизм», активно обсуждаемые сегодня не только в англоязычной, но и русскоязычной зоне сети Интернет. Так, более 80% респондентов выразили твердую уверенность в том, что абсолютно ничего не знают о цифровом кочевничестве и цифровых номадах как его представителях. Однако дальнейший анализ текущей ситуации показал, что в студенческой среде Томска в контексте рассматриваемого явления все не так категорично и однозначно. Столкнувшись с необходимостью декодирования смыслов неизвестного термина «цифровой кочевник», студенты, принимавшие участие в анкетировании и фокус-группах, давали следующие определения:

«Цифровые кочевники – это предприниматели некоторой области, которые в своей работе не привязаны к определенному географическому местоположению и активно используют интернет-технологии в своей профессиональной деятельности».

«Цифровое кочевничество – это частая смена различных гаджетов, социальных сетей и прочих интернет-ресурсов».

«Цифровые кочевники – это люди, которые везде пользуются Интернетом. Путешествуя по всему миру, они запечатлевают моменты своего путешествия, затем делятся фото, видеозаписями. В любой точке мира имеют доступ к Интернету, рассказывая и показывая людям свое путешествие».

«Цифровые кочевники – это те люди, которые активно используют Интернет и не ограничивают себя каким-то одним сайтом / ресурсом, а постоянно идут вперед. Или, возможно, люди, которые работают в сети Интернет и не сидят в офисе».

Представленные примеры позволяют утверждать, что, несмотря на отсутствие уверенности в личной осведомленности относительно явления цифрового номадизма, томские студенты достаточно точно и верно понимают смысл термина «цифровой кочевник». Они интуитивно осознают присутствие связи и соответствующих смыслов между определением «цифровой» и современными технологиями (в том числе – сетью Интернет), а также мобильностью (причем как реальной, так и виртуальной) и «кочевником» как составной частью раскрываемого термина. Кроме того, важно, что часть студентов обозначила связь незнакомого термина с путешествиями, рабочими процессами как способами воплощения «кочевой» мобильности.

Большинство (90%) студентов – участников фокус-групп осознают глобальность и сущностную природу процессов технологизации, цифровизации и др., составляющих основу современного общества, а также полностью или частично осведомлены о происходящих в различных сферах и структурах естественных трансформациях. Например, одна из участниц, стремясь объяснить личное понимание понятия «цифровой кочевник»,

представляет описание условий существования и развития глобального рынка: «Рынок уходит в Интернет, что рождает все новые и новые рабочие места. Это дает возможность выбрать место для жизни и работы. При этом зарабатывать можно откуда угодно и где угодно». Таким образом, становится понятно, что томские студенты, не обладая достаточными знаниями терминологии в исследуемой области, объективно осведомлены о текущем этапе развития современного общества, происходящих процессах и открывающихся возможностях. Кроме того, большинство представителей студенческого сообщества успешно декодируют сообщение, транслируемое терминами «цифровой кочевник», «цифровой номадизм», что также косвенно подтверждает их компетентность и высокую степень информированности в различных областях и сферах современных общественных структур, сетей и потоков.

Для того, чтобы оценить глубину представлений томских студентов об образе цифрового номада как субъекта, воплощающего в себе смысловое содержание личных определений участников фокус-групп, им было предложено составить общий «портрет» цифрового кочевника, включающий как внешние атрибуты, позволяющие идентифицировать представителя исследуемого социального явления, так и комплекс черт и качеств, присущих ему и отличающих его от других представителей современного общества. В результате среди предметов одежды, личных вещей и иных внешних признаков, выделяющих цифрового кочевника, респондентами были названы: кепка, очки, рюкзак / портфель, джинсы, кеды, присутствие и активное использование мобильного телефона, планшетного ПК и фотоаппарата.

По мнению студентов – участников фокус-групп, цифровой кочевник – это всегда мужчина в возрасте от 25 до 30 лет, не обремененный семьей и иными социальными обязательствами. Кроме того, он обязательно имеет высшее образование (одно или более), является представителем «свободных» профессий (дизайнер, журналист, веб-дизайнер, PR-специалист, программист, фотограф) и владеет достаточным для эффективной коммуникации уровнем знания английского языка. При этом в качестве ключевых факторов, стимулирующих члена современного общества к выбору кочевого образа жизни, были определены именно особенности профессии и возможности организации рабочих процессов таким образом, чтобы свобода пространственных перемещений и профессиональной деятельности не ограничивалась административными правилами и порядками, а также офисными помещениями и даже конкретными городами.

К числу черт и качеств, характеризующих современного номада, респонденты отнесли: коммуникабельность, приветливость / улыбчивость, замкнутость, стремление к демонстрации личных успехов, заносчивость, отсутствие национальной и территориальной идентичности, стремление к «культурной мимикрии». Кроме того, цифровой кочевник путешествует исключительно по странам и городам Европы и Америки и достаточно одинок: он имеет не более двух друзей, с которыми встречается нечасто, однако активно взаимодействует в online-режиме.

В качестве отдельного, отличающегося от общих стандартов и образов типа цифровых кочевников томские студенты выделили «свободного» предпринимателя: владельца собственного бизнеса или руководителя крупной компании / организации. По мнению респондентов, финансовая независимость открывает перед людьми, занимающими высокие должности, дополнительные возможности, недоступные для тех, кто в какой-либо степени зависит от материальных средств и профессиональных обязательств.

С их точки зрения, цифровых номадов – «свободных» предпринимателей (как отдельного типа воплощения глобального социального явления) характеризует еще и то, что они не отличаются какими-либо специфическими внешними признаками и атрибутами: «если цифровой кочевник выглядит “обычно”, то он должен быть очень обеспеченным (иметь свой бизнес, быть директором). В таком случае ему может быть не важен внешний вид». Таким образом, подобный тип цифровых номадов является сложно идентифицируемым и отличается отсутствием потребности в самопрезентации, сочетающимся с высоким профессиональным положением и уровнем материального достатка, который позволяет удовлетворить широкий круг потребностей (в том числе «кочевых»).

В процессе обсуждения вопросов, связанных с явлением цифрового номадизма и цифровыми кочевниками как его представителями и активными членами сетевого общества, большая часть студентов – участников фокус-групп (84%) проявила стремление к самоидентификации и самопрезентации в образе реального цифрового номада. В частности, одним из респондентов было высказано следующее утверждение: «Я – кочевник, потому что у меня всегда есть с собой какое-то устройство, я редко сижу на месте и постоянно куда-то выхожу». В ответ другая группа студентов продемонстрировала противоположные настроения: «Я не могу быть цифровым кочевником, потому что у меня недостаточно финансовых средств для того, чтобы ездить куда-то или свободно путешествовать. Если бы у меня было достаточно денег, то, может быть, я бы путешествовала и стала цифровым кочевником»; «Студент не может быть кочевником, потому что у него нет денег». В данном случае очевидно, что представители первой группы участников дискуссии говорят о *локальном* цифровом номадизме, тогда как участники второй группы в своих суждениях основываются на личных представлениях о практиках *глобального* кочевания. Таким образом, часть студентов – участников фокус-групп уже сегодня идентифицирует себя в роли *городских* цифровых номадов, а одним из условий, необходимых для перехода к глобальному кочеванию как образу жизни, для них становится финансовая свобода и материальная обеспеченность.

Заключение

В томской студенческой среде процессы идентификации цифрового номада как представителя глобального социального явления, самоидентификации и самопрезентации студентов в образе цифрового кочевника

имеют двойственный характер. С одной стороны, томские студенты демонстрируют максимальную неосведомленность в области владения терминологией, сопутствующей рассматриваемому явлению. С другой – они проявляют высокую степень информированности о природе и сущности процессов, происходящих в современном обществе, а также обнаруживают способность интуитивного понимания смыслов, транслируемых понятиями «цифровой номадизм» и «цифровые кочевники», и воспроизводства образов, включающих ключевые характеристики номадов и кочевого образа жизни. Так, в числе характеристик и внешних параметров, отличающих цифрового кочевника, по мнению томских студентов, присутствует множество реальных и соответствующих действительности признаков. Помимо базовых черт, характеризующих номада, – мобильности и постоянной подключенности к Сети – студентами было указано на предпочтение online-коммуникации живому общению и высокую степень адаптируемости, представляющие собой действительные характеристики и ценностные ориентации цифровых кочевников.

Кроме того, попытки типологизации цифрового номадизма, принимаемые представителями томского студенчества, могут считаться в некоторой степени успешными. Образ цифрового номада – «свободного» предпринимателя практически отражает профиль глобального цифрового кочевника – «истинного нетократа», а «собиратель вакансий и впечатлений» как отдельный тип глобальных цифровых номадов находит воплощение в предложенном студентами образе кочующего представителя «свободных» профессий. Локальные практики кочевания и профиль «молодого городского цифрового номада» также нашли место в суждениях томских студентов. Важно, что именно с этим типом цифровых кочевников произошли самоидентификация и самопрезентация части студентов.

Таким образом, сегодня уже можно говорить о формировании «кочевого» мировоззрения и номадического сообщества в студенческой среде Томска, о существовании здесь не только потенциальных, но и реальных городских кочевников. Однако этот процесс сопровождается недостаточной информированностью томских студентов о цифровом номадизме, его возможностях и рисках, а также о его глобальных и локальных интерпретациях, в которых, тем не менее, они принимают активное и видимое участие. Можно предположить, что в скором времени, благодаря сверхбыстрым темпам дальнейшей технологизации и цифровизации общества в целом, соответствующему развитию томской городской инфраструктуры в частности и актуализации проблематики цифрового кочевничества в академическом, профессиональном и общественном дискурсах³, эта ситуация

³ Connect-Universum – 2016. Цифровое кочевничество как глобальный и сибирский тренд : Третья Международная трансдисциплинарная научно-практическая WEB-конференция, 24–26 мая 2016 г. URL: http://connect-universum.tsu.ru/blog/news_ru/1184.html; Галажинский Э.В., Кужелева-Саран И.П. Цифровые кочевники: они уже среди нас! Ч. 1–2. URL: http://www.tsu.ru/university/rector_page/tsifrovye-kochevniki-oni-uzhe-sredi-nas/

радикально изменится. Иными словами, процессы идентификации и самоидентификации томских студентов с точки зрения цифрового кочевничества будут проходить на основе достаточной информированности об этом явлении и осознанного принятия или непринятия его в качестве желаемого образа жизни. Проверка этой гипотезы является задачей дальнейших исследований.

Литература

1. McLuhan M. Understanding Media: The Extensions of Man (1st MIT Press, ed.). Cambridge : MIT Press., 1994. 392 p.
2. Делёз Ж., Гваттари Ф. Капитализм и шизофрения. Тысяча плато / пер. с франц. и послеслов. Я.И. Свирского ; под ред. В.Ю. Кузнецова. М. : Астрель. 2010. 895 с.
3. Makimoto T., Manners D. Digital Nomad. New York : Wiley, 1997. 256 p.
4. Шеманов А.Ю. Самоидентификация человека и культура. М. : Академический проект, 2007. 479 с.
5. Attali J. Millennium: winners and losers in the coming world order. New York : Random House, 1991. 130 p.
6. Ольденбург Р. Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества / пер. с англ. А. Широкаковой. М. : Новое литературное обозрение, 2014. 456 с.
7. Вендина О.И. Невидимые сдвиги в развитии городов // Географическое положение и территориальные структуры : сб. памяти И.М. Маергойза. М. : Новый хронограф, 2012. С. 780–811.
8. Posner R. Basic Tasks of Cultural Semiotics // Signs of Power – Power of Signs. Essays in Honor of Jeff Bernard / eds. by G. Withalm, J. Wallmannsberger. Vienna : INST, 2004. P. 56–89.
9. Кужелева-Саган И.П. Бизнес-коммуникации в условиях цифрового кочевничества // Наука о коммуникации как дисциплина и область знания в современном мире: диалог подходов : сб. ст. по материалам международной научной конференции. М., 2015. С. 178–188.
10. Kuzheleva-Sagan I.P. Die Kultur von digitalen Nomaden im Kontext der Ontologie der Netzwerkgesellschaft und Kultursemiotik // Zeitschrift für Semiotik. 2015. Bd. 37, hf. 3–4. P. 189–210.

Сведения об авторах:

КУЖЕЛЕВА-САГАН Ирина Петровна, доктор философских наук, доцент, заведующая кафедрой социальных коммуникаций Томского государственного университета (Томск, Россия). E-mail: ipsagan@mail.ru

СУЧКОВА Наталья Александровна, аспирант кафедры социальных коммуникаций Томского государственного университета (Томск, Россия). E-mail: nsuchkova@yandex.ru

Поступила в редакцию 25.10.2017 г.; повторно 14.11.2017 г.; принята 27.12.2017 г.

DIGITAL NOMADISM AMONG TOMSK STUDENTS: IDENTIFICATION AND SELF-IDENTIFICATION

Siberian journal of psychology, 2018, 67, 102–114. DOI: 10.17223/17267080/67/8

Kuzheleva-Sagan Irina P., Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation). E-mail: ipsagan@mail.ru

Suchkova Natalya A., Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation). E-mail: nsuchkova@yandex.ru

Keywords: digital nomads; digital nomadism; Tomsk students; identification; self-identification.

Digital Nomadism (DN) [3] is one of the most remarkable manifestations of the modern society. It occurred on the virtue of several factors, such as the evolution of the Internet, the appearance of the state-of-the-art computer and digital technologies, wide spread of wireless communications (Wi-Fi) and transport systems development. This social practice has two basic characteristics: constant geographical mobility and plugging into the network. Unlike some other innovative practices of the new era (freelancing, networking, downshifting, etc.), DN embraces all areas of social activity and represents a lifestyle of the new nomadic era [5]. The processes of technologization, informatization, computerization, digitalization, and networkization help to spread this phenomenon both on the global and the local scales.

One of the most active cohorts of digital nomads are students as they are seen both as the network generation [3] and as digital natives [4]. The cohort includes both “global” digital nomads, who take part in international academic exchanges and travels, and “local” ones, who lead a nomadic life within city boundaries with their Wi-Fi zones.

The dynamics of the digital nomadism expansion increases. It is gradually gaining the status of one of the most popular social phenomena and issue of the modern age that are connected with identification and self-identification of individuals with digital nomads. All that makes DN an object of interest for researchers from various areas, as well as for practice-oriented professionals. However, despite the indisputable significance of the phenomenon as a new lifestyle of the youth, the dynamics of the scientific thought doesn't keep pace with the speed of DN expansion as a practice.

This research was aimed at studying the DN realization among Tomsk students, and analyzing social and physiological, and culture and anthropological characteristics of Tomsk universities' students as potential global and local digital nomads. The paper describes the results of the research on the perception of the Digital Nomad image, its identification, conscious and unconscious identification with self-images. The main conclusion is that the DN attitude is being formed among the students of Tomsk. One can find not only potential, but real “city” nomads among the youth. However, the problem is that young people do not have enough information about this phenomenon, its opportunities, and risks.

References

1. McLuhan, M. (1994) *Understanding Media: The Extensions of Man*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
2. Deleuze, G. & Guattari, F. (2010) *Kapitalizm i shizofreniya. Tsysyacha plato* [Capitalism and schizophrenia. Thousand Plateaus]. Translated from French by Y. Svirsky. Moscow: Astrel.
3. Makimoto, T. & Manners, D. (1997) *Digital Nomad*. New York: Wiley.
4. Shemanov, A. (2007) *Samoidentifikatsiya cheloveka i kul'tura* [Self-identification of Man and Culture]. Moscow: Akademicheskii projekt.
5. Attali, J. (1991) *Millennium: winners and losers in the coming world order*. New York: Random House.
6. Oldenburg, R. (2014) *Tret'e mesto: kafe, kofeyni, knizhnye magaziny, bary, salony krasoty i drugie mesta “tusovok” kak fundament soobshchestva* [The third place: cafes, coffee shops, bookstores, bars, beauty salons and other places of “partying” as the foundation of the community]. Translated from English by A. Shirokanova. Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie.
7. Vendina, O. (2012) *Nevidimye sdvigi v razvitii gorodov* [Invisible shifts in the development of cities]. In: Agirrechu, A.A. et al. (eds) *Geograficheskoe polozenie i territorii*

- al'nye struktury* [Geographical location and territorial structures. The collection of memory of I.M. Maergoyz]. Moscow: Novyy khronograf. pp. 780–811.
8. Posner, R. (2004) Basic Tasks of Cultural Semiotics. In: Withalm, G. & Wallmannsberger, J. (eds) *Signs of Power – Power of Signs. Essays in Honor of Jeff Bernard*. Vienna: INST. pp. 56–89.
 9. Kuzheleva-Sagan, I. (2015) Biznes-kommunikatsii v usloviyakh tsifrovogo kochevnichestva [Business communications under digital nomadism]. In: *Nauka o kommunikatsii kak distsiplina i oblast' znaniya v sovremennom mire: dialog podkhodov* [Communication as a discipline and a field: Sharing experience to construct a dialogue]. Moscow. HSE. pp. 178–188.
 10. Kuzheleva-Sagan, I.P. (2015) Die Kultur von digitalen Nomaden im Kontext der Ontologie der Netzwerkgesellschaft und Kultursemiotik [The culture of digital nomads in the context of network society ontology and cultural semiotics]. *Zeitschrift für Semiotik*. 37(3-4). pp. 189–210.

Received 25.10.2017;

Revised 14.11.2017;

Accepted 27.12.2017