

Р. Ю. Порозов
Екатеринбург, Россия

ВИРТУАЛЬНЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ: МЕТОДОЛОГИЯ КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

АННОТАЦИЯ. В статье рассматриваются возможные стратегии культурологической интерпретации феномена виртуальных социальных сетей. Базовой стратегией культурологического анализа является установка на понимание. Понимание, вслед за традицией, основанной В. Дильтейем, здесь рассматривается как «погружение в индивидуальный творческий акт для постижения общечеловеческого». В основе предлагаемой модели культурологической интерпретации лежат отношения «пользователь — технология — объект». Технология, в данном случае виртуальная, является условием и пространством связанности пользователя и объектов, в качестве которых могут выступать, во-первых, отдельные индивиды либо группы, во-вторых, «я — сам». Деление на две объектные группы оправданно, поскольку предоставляет пользователю возможность организовывать (в рамках так называемой «доместикации виртуального пространства») соответствующие локусы социальной сети — ее внешнее и внутреннее пространство. С культурологической точки зрения, внешнее пространство виртуальной социальной сети можно рассматривать как полифункциональный для пользователя феномен, пространство, которое конституируется как результат удовлетворения базовых/первичных и производных (социальных и культурных) потребностей. Внутреннее пространство виртуальной социальной сети — это совокупность ценностно значимых и нормативно организованных пользователем измерений (чувственно-эмоционального, символического, прагматического), которые он формирует «вокруг себя» и «для себя».

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: социальные сети; Интернет; культурологический анализ; виртуальное пространство; тексты культуры.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Порозов Роман Юрьевич, кандидат культурологии, доцент кафедры акмеологии и психологии среды, Уральский государственный педагогический университет; 620017, Россия, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26; e-mail: r.porozov@yandex.ru.

Культурологический анализ традиционно строится на основе качественных методов. В основе данного типа методов лежит классическая установка на понимание и переживание, разработанная в философии В. Дильтея. «Осмысление человеком самого себя остается целью и основой» [Дильтей 2004: 252]. При этом сам В. Дильтей утверждал, что данная интерпретативная установка не является плодом субъективного теоретизирования, но обладает атрибутами строго научного анализа и опирается на историческое знание. Произведение, считает В. Дильтей, освобождается от связи со своим творцом («оно вообще ничего не сообщает об авторе»), что делает возможным достоверное его толкование как выразителя своего времени («правдиво само по себе»).

Понимание, по мнению немецкого философа, имеет две формы — элементарную и высшую. В качестве элементарной формы понимания выступает так называемое «истолкование отдельного проявления», интерпретация которого строится как заключение по аналогии. В частности, наличие зонта в руках человека свидетельствует о дожде, легкая одежда — о лете или теплой погоде, улыбка на лице — о радости. Элементарные действия и поступки только фиксируют непосредственную и очевидную событийность по типу связи «цель — действие». По утверждению В. Дильтея, элементарное познание подобной событийности не имеет ретроспективного взгляда, т. е. «взгляда назад»/ «взгляда в прошлое», на весь комплекс факторов, которые побудили субъекта

— человека или группу людей — поступить «именно так». Мы, будучи интерпретаторами, можем и не догадываться, что именно стоит за тем или иным поступком и на что он действительно направлен.

Высшие формы понимания имеют эффект «перехода от внешнего к внутреннему». Данная форма делает субъекта интерпретации непосредственным участником события, которое он невольно проживает. Здесь можно провести аналогию с восприятием произведения живописи, в частности, картины русского художника К. Брюллова «Последний день Помпеи». С точки зрения элементарного познания, мы можем выделить на картине фигуры людей, на лицах которых застыло выражение предсмертного ужаса. Казалось бы, естественной реакцией является желание скрыться и убежать от нависшей опасности («цель [остаться в живых] — действие [бегство]»). Тем не менее более внимательное обращение к этой картине позволяет выйти на иное — «высокое» — понимание. И здесь интерпретатор будет рассматривать не столько отдельные фигуры людей, сколько сюжет — совокупность событий и действий, которые разворачиваются на картине и делают ее самостоятельным и законченным произведением. Действительно, при более внимательном взгляде на картину можно отметить, что реакции — парадоксально — героев картины на происходящее событие отличаются. Анализ сюжета в целом позволяет прийти к пониманию, что последние минуты жизни герои картины проживают по-разному. Спектр эмоций

Исследование выполнено за счет гранта РФФИ №17-03-0756 «Культура виртуальных социальных сетей: формирование и перспективы развития».

и чувств может варьироваться от «панического испуга» до «примирения с неизбежным». Что мы будем делать в подобной ситуации? Спасать накопленное добро и имущество, пытаться укрыть детей от града огненных камней, выносить на плечах родных и близких, верить в то, что физическая смерть — это начало вечной жизни? Единичные примеры из сюжета, представленного на картине, учат нас общечеловеческому: именно в пиковые моменты жизни, когда появляется осознание неотвратимости смерти, человек проявляет свою истинную натуру.

Элементарное и высшее понимание не существуют изолированно друг от друга. Из отдельных элементарных актов, как в мозаике, складывается целостная картина события, которое представлено в конкретном произведении. Высшее понимание, в свою очередь, имеет целью *через погружение в индивидуальный творческий акт постигнуть общечеловеческое*. Несмотря на то, что мы рассматриваем частный феномен культуры, в последнем необходимо обнаружить логику и взаимосвязь жизненных, онтологических явлений, значимых для человека. Это и составляет, как мы считаем, суть культурологического анализа. Ситуация, в которой оказывается интерпретатор, по словам В. Дильтея, можно охарактеризовать как «перенесение-себя-на-место-другого» [Дильтей 2004: 262].

Предложенный В. Дильтеем теоретический вектор может быть использован при анализе не только классических, но также и актуальных форм, которые функционируют в культуре «здесь-и-сейчас». Одной из актуальных форм современной культуры можно назвать феномен виртуальных социальных сетей. Определение «виртуальная» свидетельствует, что опыт проживания и выстраивание человеком своей жизненной траектории не ограничивается только миром фактических и реальных отношений. Ценностно-нормативный комплекс, которым описывается культура фактических и реальных отношений, может быть применен при анализе виртуального пространства. Ряд привычных понятий — «друзья», «отношения», «контакты», «группы» — больше ассоциируется с виртуальными сетями, нежели с реальными связями. Если на начальном периоде своего существования виртуальные социальные сети выступали в качестве параллельной, или независимой реальности, которая дополняла фактический образ человека, то в настоящий момент данный феномен становится тотальным и неотделимым атрибутом социокультурной природы человека. Более того, можно констатировать факт, что «от-

сутствие» современного человека в пространстве виртуальной сети может вызывать у других вопросы и недоумение.

Один из основоположников так называемой акторно-сетевой теории Б. Латур сформулировал фундаментальные принципы «вхождения» технологий в нашу жизнь. «Нам противостоит не наука, технологии и общество, а широкий спектр более сильных и более слабых ассоциаций; таким образом, понять факты и машины (что?) означает понять связанных с ними людей (кого?)» [Латур 2013: 400]. Можно согласиться, что методологии анализа В. Дильтея и Б. Латура в своей основе совпадают и имеют общие установки на понимание «связанности человека с другими субъектами». Предлагаемая далее методология культурологического анализа феномена виртуальной социальной сети принимает во внимание указанные установки и пытается их практически осмыслить. Необходимо учитывать, что методология, претендующая на объективность, в частности культурологического анализа, представляет собой своего рода модель. В основе предлагаемой модели лежат отношения «пользователь — технология — объект». Технология, в данном случае виртуальная, является условием и пространством связанности пользователя и объектов, в качестве которых могут выступать, во-первых, отдельные индивиды либо группы, во-вторых — «я — сам». Деление на две объектные группы, на наш взгляд, оправданно, поскольку позволяет пользователю организовывать (в результате так называемой «доместикации виртуального пространства») соответствующие локусы социальной сети — ее внешнее и внутреннее пространство.

«Первую объектную группу», в которой пользователь выстраивает ассоциативные связи с отдельными индивидами либо группами, мы относим к внешнему пространству виртуальной социальной сети. Б. Малиновский — основоположник функционального подхода в современных культурологических исследованиях — считал, что «культурный процесс... всегда предполагает существование людей, связанных друг с другом определенными отношениями, т. е. определенным образом организованных, определенным образом обращающихся с артефактами и друг с другом при помощи речи или символики какого-либо иного рода» [Малиновский 1997: 684]. «Вторая объектная группа», где пользователь управляет собственным виртуальным образом, относится к внутреннему пространству социальной сети. Воспользовавшись установкой В. Дильтея — «перенесение-себя-на-место-другого», — культуроло-

лог-интерпретатор должен понять специфику доместикации пользователем внешнего и внутреннего пространства виртуальной социальной сети как совокупности элементарных и высших актов, в основе которых лежит ценностно-нормативных комплекс отношений «пользователь — технология — объект».

Доместикация внешнего пространства виртуальной социальной сети обусловлена, очевидно, тем, насколько эффективно и наиболее полно она позволяет ее пользователю, как ему это представляется, выстраивать ассоциативные связи с другими индивидами или группами. Так, например, известное противостояние между популярными виртуальными социальными сетями «ВКонтакте» и «Facebook» на отечественном рынке обусловлено тем, что первая в настоящее время ориентирована прежде всего на русскоговорящего пользователя и аудиторию, тогда как вторая носит глобалистский характер. «Facebook» позиционирует себя как общечеловеческая и универсальная социальная сеть. Специфика социальной сети «ВКонтакте» обусловлена прежде всего фактором региональной привязки. Аналогичным образом китайская социальная сеть «WeChat» имеет популярность среди тех, кто проживает на территории Китайской Народной Республики. Конечно, необходимо учитывать и особый законодательный режим в КНР в отношении ограничения распространения электронной информации через иностранные социальные сети. Однако объяснять успех национальных виртуальных социальных сетей только законодательными решениями будет неправильным. Подобные проекты создают для своих пользователей-резидентов комфортную техноантропосистему, которая не ограничивается исключительно общением между пользователями. Во внешнем пространстве виртуальной социальной сети пользователь получает комплекс услуг и реализует потребности, которые возможны и в реальном мире. Мы считаем, что именно функциональная парадигма в культурологии позволяет в полной мере провести анализ внешнего пространства виртуальной социальной сети. «Функцию нельзя определить иначе, нежели как удовлетворение некоторой потребности путем деятельности, в рамках которой люди сотрудничают, используют артефакты и потребляют плоды своего труда» [Малиновский 2005: 43]. Функционалистская максима утверждает, что на любую базовую потребность, которая заложена нашей биологической природой, существует культурный ответ. Например, базовая потребность «развитие» в культуре реализуется через

«обучение», потребности «здоровье» отвечает «гигиена» и т. д. Соответственно, с культурологической точки зрения, внешнее пространство виртуальной социальной сети можно рассматривать как полифункциональный для пользователя феномен.

Одомашнивание пользователем внутреннего пространства виртуальной социальной сети представляет собой, на наш взгляд, процесс «умножения измерений», в центре которых находится собственно пользователь. Так же как и в своем доме/квартире человек формирует индивидуальное пространство, виртуальная социальная сеть — это совокупность ценностно значимых и нормативно организованных пользователем измерений: чувственно-эмоционального, символического, прагматического.

Чувственно-эмоциональное измерение включает комплекс эстетических переживаний пользователя виртуальной социальной сети. Данный комплекс, в отличие от двух других, является своеобразной формой оценочной реакции на происходящие события. И здесь наиболее эвристичным методологическим инструментарием может стать использование эстетических категорий, предложенных в классической древнегреческой философии: прекрасное, безобразное, комическое, трагическое.

Символическое измерение представляет собой комплекс ментальных представлений пользователя виртуальной социальной сети, которые воплощаются в разнообразных текстах культуры (мифах, идеологии, мемах и пр.). В качестве одного из возможных вариантов интерпретации данного измерения может стать метод так называемого «герменевтического круга» (в теоретическом обосновании Ф. Шлейермахера): «Процесс понимания движется по кругу, в котором целое (das Ganze) понимается из анализа частей (das Einzelne), а единичное только в связи с целым» [Шлейермахер 2004: 16].

Прагматическое измерение внутреннего пространства необходимо рассматривать с точки зрения *полезности* виртуальной социальной сети для пользователя с целью решения конкретных и утилитарных задач (восприятия и создания аудиовизуального контента, получения информации, ведения личных дел, настройки «под себя» и расположения элементов внутреннего пространства и т. п.). Мы считаем, что наиболее адекватным способом для культурологического анализа данного измерения является прагматическая установка Ч. Пирса, выраженная им в триаде «цель — план — решение» [Пирс 2000: 311]. Собственно, данное измерение можно сравнить с серией перма-

нентных экспериментов пользователя, где он осознанного или бессознательно пытается определить наиболее эффективный, как представляется это субъекту, способ существования в виртуальной социальной сети.

Итак, если обобщить наше видение методологии культурологического анализа виртуальной социальной сети, то оно базируется на следующих положениях:

– целью культурологического анализа данного феномена является обнаружение логики и взаимосвязи жизненных, онтологических явлений, значимых для человека (элементарное и высшее понимание по В. Дильтею);

– с культурологической точки зрения, в основе интерпретативной модели виртуальной социальной сети лежат отношения «пользователь — технология — объект» (техноантропосистема). В качестве объекта могут выступать, во-первых, отдельные индивиды либо группы («первая объектная группа»), во-вторых — «я — сам» («вторая объектная группа»);

– взаимодействуя с каждой объектной группой, пользователь одомашнивает (доместцирует) виртуальную социальную сеть, что приводит к образованию внешнего и внутреннего пространства виртуальной социальной сети;

– логика существования внешнего пространства обусловлена тем, насколько полно структура виртуальной социальной сети может реализовать потребности ее пользо-

вателя. В методологическом отношении наиболее эвристичным для культурологического анализа является использование инструментария, разработанного в функционалистской парадигме;

– одомашнивание внутреннего пространства виртуальной социальной сети представляет собой совокупность чувственно-эмоционального, символического и прагматического измерений, которые формирует пользователь «вокруг себя» и «для себя».

Предлагаемая модель носит, конечно, обобщенный и дискуссионный характер. Однако позволяет обратить внимание на актуальные для современной науки о культуре формы существования человека.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дильтей В. Собр. соч. В 6 т. Т. 3. Построение исторического мира в науках о духе / под ред. А. В. Михайлова и Н. С. Плотникова; пер. с нем. под ред. В. А. Куренного. — М.: Три квадрата, 2004.
2. Латур Б. Наука в действии: следуя за учеными и инженерами внутри общества / пер. с англ. К. Федоровой; науч. ред. С. Милыева. — СПб.: Изд-во Европейского ун-та в Санкт-Петербурге, 2013.
3. Малиновский Б. Научная теория культуры / пер. с англ. И. В. Утекина; сост. и вступ. ст. А. К. Байбурина. 2-е изд., испр. — М.: ОГИ, 2005.
4. Малиновский Б. Функциональный анализ // Антология исследований культуры. Т. 1. Интерпретация культуры. — СПб.: Университетская книга, 1997. 728 с. (Культурология XX век).
5. Пирс Ч. С. Избранные философские произведения / пер. с англ. К. Голубович, К. Чухрукидзе, Т. Дмитриева. — М.: Логос, 2000.
6. Шлейермахер Ф. Герменевтика / пер. с нем. А. Л. Вольского; науч. ред. Н. О. Гучинская. — СПб.: Европейский Дом, 2004.

R. Y. Porozov
Ekaterinburg, Russia

VIRTUAL SOCIAL NETWORKS: THE METHODOLOGY OF CULTURAL ANALYSIS

ABSTRACT. *The article examines the possible strategies for cultural interpretation of virtual social networks. The basic strategy of culturological analysis is the «methodology for understanding». Understanding, following the conception proposed by V. Dilthey, is considered as «immersion in an individual creative act for the comprehension of the universal». The basis of the proposed cultural interpretation model is relations "user — technology — object". The technology, in this case virtual, is a condition and a space of connection between user and objects. As the object we can define, firstly, a person or a group, and secondly — "I — as — myself". The division into two object groups is important in our opinion, since it allows the user to organize (the so-called "virtualization of virtual space") the corresponding loci of the social network — the external and internal space of the social network. From the culturological point of view, the external space of a virtual social network can be considered as a polyfunctional phenomenon, which is constituted as a result of satisfying the basic/primary and derivative (social and cultural) needs. The internal space of a virtual social network is a set of dimensions (emotional, symbolic, pragmatic) that the user organizes according to their values or norms.*

KEYWORDS: *social network; Internet; culturological analysis; virtual space; texts of culture.*

ABOUT THE AUTHOR: *Porozov Roman Yurievich, Candidate of Culturology, Associate Professor, Department of Acmeology and Psychology of the Environment, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.*

REFERENCES

1. Dil'tey V. Sobr. soch. V 6 t. T. 3. Postroenie istoricheskogo mira v naukach o dukhe / pod red. A. V. Mikhaylova i N. S. Plotnikova; per. s nem. pod red. V. A. Kurenno. — M.: Tri kvadrata, 2004.
2. Latur B. Nauka v deystvii: sleduya za uchenymi i inzhenerami vnutri obshchestva / per. s angl. K. Fedorovoy; nauch. red. S. Milyaeva. — SPb.: Izd-vo Evropeyskogo un-ta v Sankt-Peterburge, 2013.
3. Malinovskiy B. Nauchnaya teoriya kul'tury / per. s angl. I. V. Utekhina; sost. i vstup. st. A. K. Bayburina. 2-e izd., ispr. — M.: OGI, 2005.

4. Malinovskiy B. Funktsional'nyy analiz // Antologiya issledovaniy kul'tury. T. 1. Interpretatsiya kul'tury. — SPb.: Universitetskaya kniga, 1997. 728 s. (Kul'turologiya XX vek).
5. Pirs Ch. S. Izbrannyye filosofskie proizvedeniya / per. s angl. K. Golubovich, K. Chukhruidze, T. Dmitrieva. — M.: Logos, 2000.
6. Shleyermakher F. Germenevtika / per. s nem. A. L. Vol'skogo; nauch. red. N. O. Guchinskaya. — SPb.: Evropeyskiy Dom, 2004.