

Современная культура: от виртуализации к поствиртуализации

Дмитрий Иванов

профессор факультета социологии

Санкт-Петербургского государственного университета

dvi1967@gmail.com

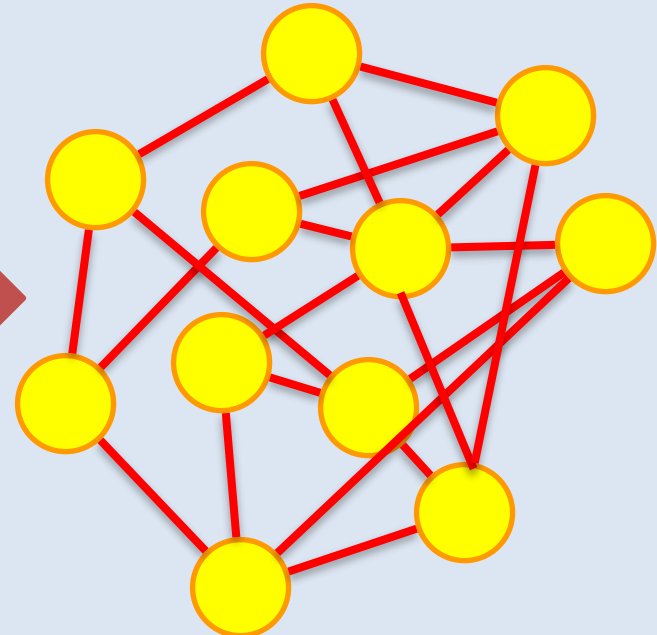
Теория культуры в двух словах

культура = ценности + коммуникации

- I. **Традиционная культура:** «изящные» искусства, манеры и этикет аристократов vs. «варварские» нравы, обычаи и ритуалы простолюдинов
- II. **Современная культура:** индустрия инфотайнмента между «высокой» классикой и фольклорными «корнями»
- III. **Структурный сдвиг постмодерна:**



централизация / локализация / иерархия



гибкость / распределенность / интерактивность

Виртуализация

- Виртуализация - это замещение **реальных вещей и действий** **образами и коммуникациями**
- **Виртуализация общества:** социальные отношения принимают форму отношений между образами
- Популярное понимание виртуализации как компьютеризации, как технически детерминированного процесса не позволяет правильно анализировать и оценивать современные процессы
- Более адекватным подходом является концепция социально и культурно детерминированной виртуализации
- *не компьютеризация деятельности виртуализирует общество, а виртуализация общества компьютеризирует деятельность*
- В условиях виртуализации общества главная задача - создание и трансляция образов, поэтому социальная жизнь сводится к формуле «**бренды + сети**», а главный инструмент деятельности - **ИКТ**



В чем феноменальность Интернета?

сообщение	«плоское»	«многомерное»
обращение		
по требованию (24/7)	печатные СМИ	Интернет
по программе	радио	ТВ

- все коммуникационные технологии могут обеспечить передачу информации, то есть сведений/данных, повышающих уровень знаний
- но коммуникация как обмен символами, ведущий к поддержанию связей, созданию общности (от англ. **community**), лучше всего обеспечивается компьютерными мультимедиа
- новые ИКТ обеспечивают:
 - ✓ комбинирование текста, изображения, видеоряда, звука
 - ✓ интеракцию в режиме реального времени и виртуального пространства
 - ✓ доступ в коммуникационную сеть в режиме 24/7

Три стадии эволюции Web

Слайд 26 из презентации «воронеж-2012»

Интернет: три ступени развития

- три волны изменений (виртуализация, глэм-капитализм, альтер-капитализм) характеризуются последовательным появлением трех технологических платформ Интернет-коммуникаций
- в 1989 возник Интернет первого поколения, так называемый **Web 1.0**: пользователи получают доступ к ресурсам, созданным профессионалами в программировании и веб-дизайне
- в 1999 появился **Web 2.0**: неквалифицированные пользователи получают возможность создавать контент и заполнять им сайты-платформы, предоставляемые профессионалами (развитие так называемых социальных сетей)
- следующая ступень развития – появление **Web 3.0**: пользователи смогут сами создавать платформы для размещения контента и предоставлять доступ только «своим»
- сформируется неподконтрольная сегодняшнему масскульту контр-культура, а заодно морально устареют переживающие сейчас бум сети вроде **facebook** или **vkontakte**

Три ключевые технологии Web 3.0

- Мобильные приложения

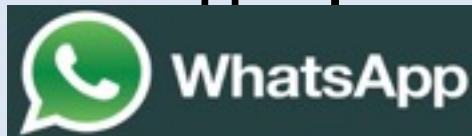


2008

- Инструменты для самодельных сайтов и приложений



- Мессенджеры



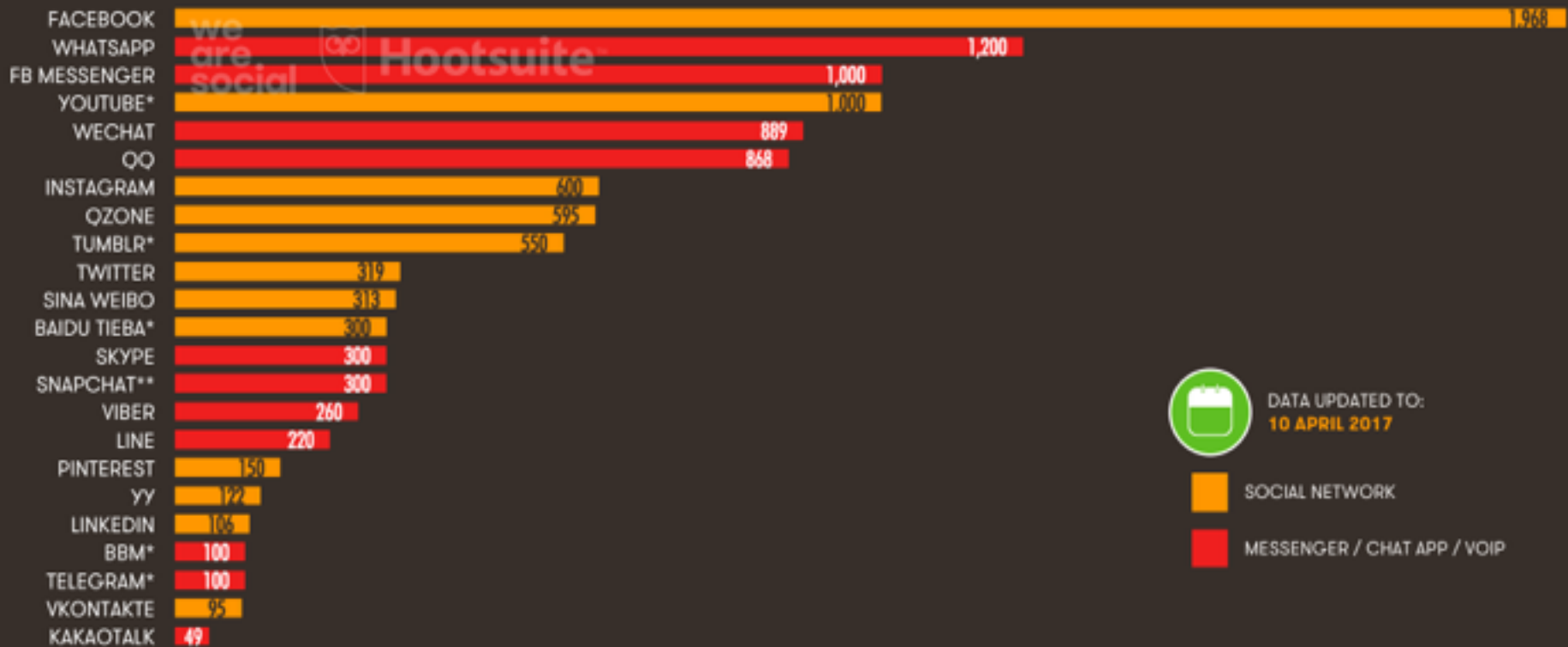
2009

Web 2.0 vs. Web 3.0

APR
2017

ACTIVE USERS OF KEY GLOBAL SOCIAL PLATFORMS

BASED ON THE MOST RECENTLY PUBLISHED MONTHLY ACTIVE USER ACCOUNTS FOR EACH PLATFORM, IN MILLIONS



DATA UPDATED TO:
10 APRIL 2017



SOCIAL NETWORK



MESSENGER / CHAT APP / VOIP

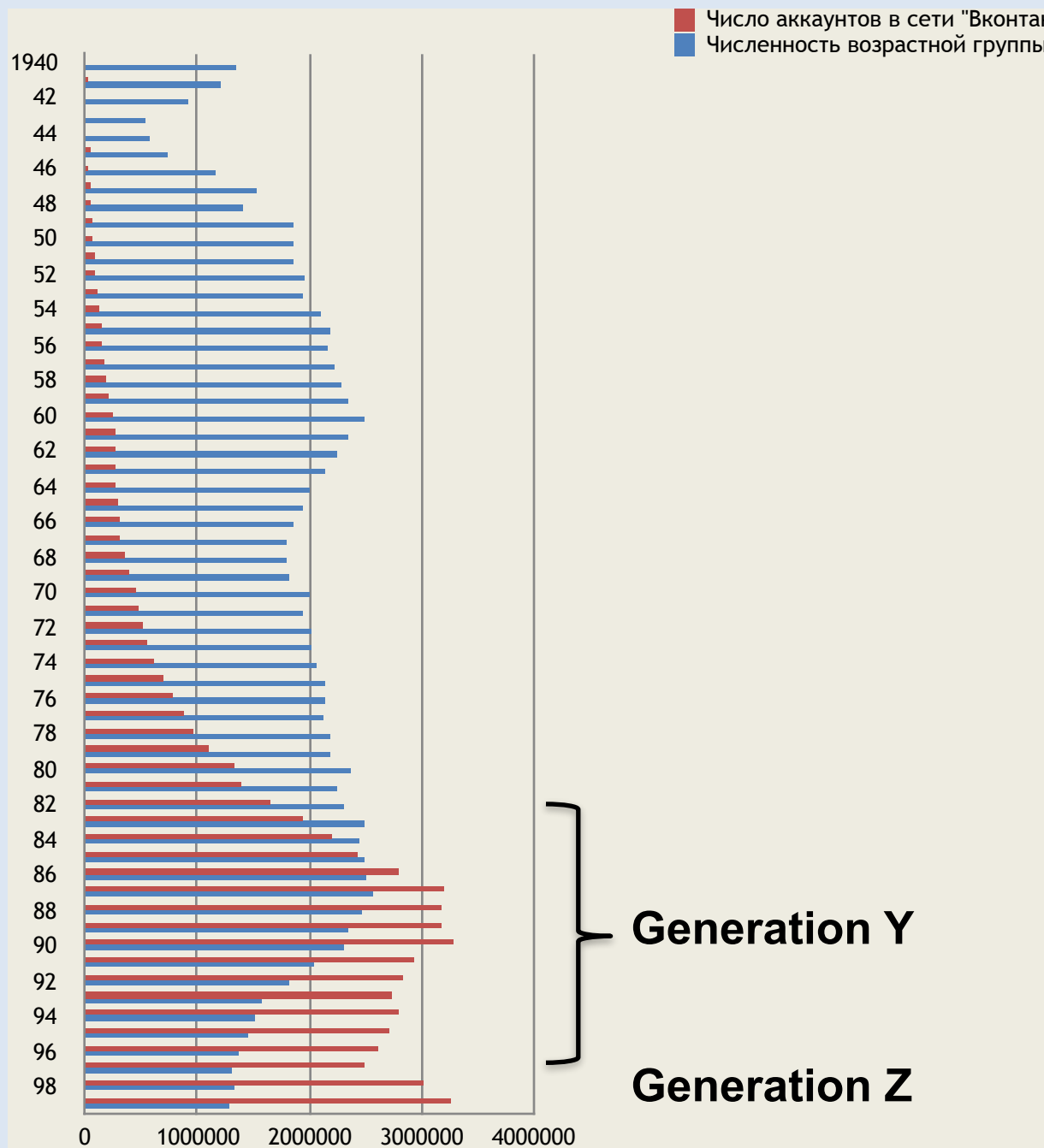
Две технологические платформы виртуализации в современной России



Разные поколения живут в разных виртуальных реальностях

- ✓ ТВ - источник информации для **96%** в возрасте 46-60 и для **81%** 18-30-летних
- ✓ форумы и блоги - источник для **2%** в возрасте 46-60 и для **21%** в возрасте 18-30
- ✓ выбрали Интернет главным источником новостей **50%** в возрасте 18-24 и **11%** в возрасте 45-59
- ✓ ТВ является главным источником новостей для **34%** 18-24-летних и для **72%** 45-59-летних

Виртуальная демография в России



Ценности и коммуникации четырех поколений

поколение	годы рождения	информац. канал поколения	ценностные ориентации (США)	ценностные ориентации (РФ)	мотивация к труду
Baby Boomers люди институтов	1946-нач.60-х	TV	идеалисты / индивидуалисты	прагматики	карьера + дом (семья)
Generation “X” люди интеракций	сер.60-х-кон.70-х	Internet	прагматики / индивидуалисты	гедонисты	источник дохода + самореализация
Generation “Y” люди сетей	1980-е-нач.90-х	Web 2.0	гедонисты / «коллективисты» (<i>принадлежность без обязательств</i>)	активисты	точка доступа + признание «племени»
Generation “Z” люди потоков	сер.90-х-2000-е	Web 3.0	?	?	?

От культурного разрыва к социальному взрыву

Слайд 8 из презентации «воронеж-2014(2)»

Проблема-2017

- конфигурация глэм-капитализма и альтер-капитализма может глобально измениться, когда сойдутся вместе три кризиса:
- ✓ следующий циклический кризис капитализма – кризис перепроизводства гламура в начале понижательной волны V цикла Кондратьева
- ✓ кризис легитимности режима глэм-демократии
- ✓ кризис социального контроля – кризис массовой культуры «бэби-бумеров» и культурная революция Web 3.0

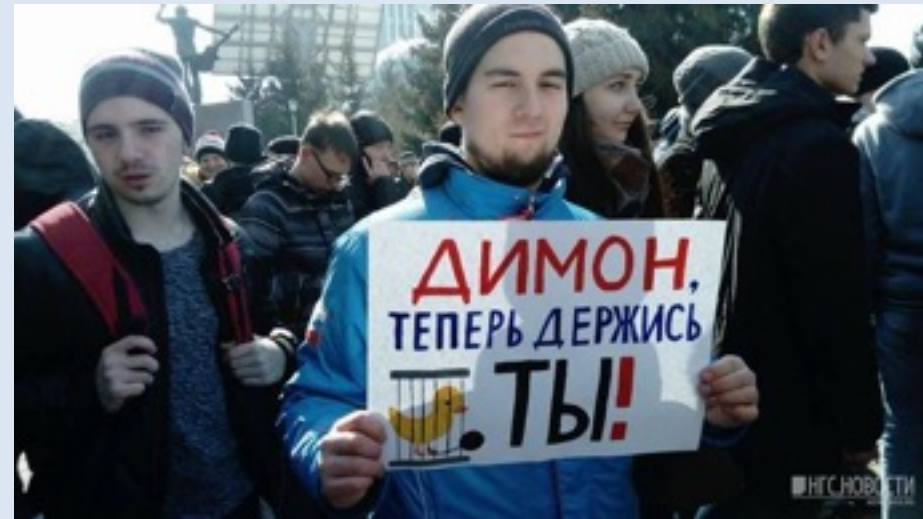
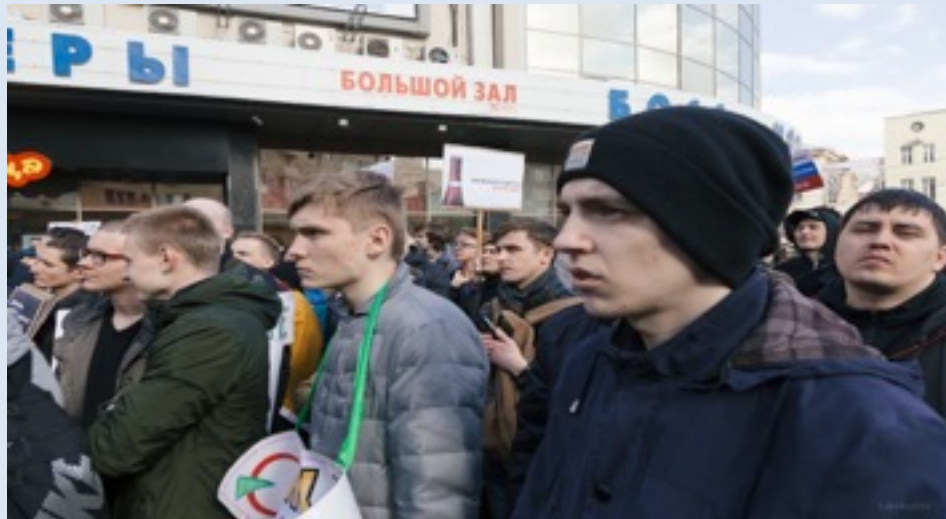
От культурного разрыва к социальному взрыву

Слайд 15 из презентации «воронеж-2015»

Кризис глэм-культуры

- господствующая и непрерывно критикуемая массовая культура, сводимая к потреблению и коммуникации, сформировалась при жизни одного поколения – «бэби-бумеров»
- это поколение создало культуру поклонения гуманистическим идеям и литературе, но подчинения брендам и телевидению
- новые поколения избегают традиционных средств и способов коммуникации и формирования социальных групп, а к 2017 году можно ожидать настоящую культурную революцию, связанную с переходом Интернета к версии Web 3.0
- к 2017 году молодежь из средних слоев, недовольная своим формально благополучным, а на деле приниженным положением в обществе, образует сверхновую контркультуру
- в перспективе – **бунт поколений сетей и потоков**

Протесты 26 марта и 12 июня 2017



Сдвиг к поствиртуализации

- Поствиртуализация - это процесс превращения виртуальной реальности образов и коммуникаций из экзотики в социальную рутину и быт
- Две тенденции поствиртуализации: **гламур** и **бунт аутентичности**
- К концу 1990-х годов рынки и публичные арены оказались перенасыщены брендами и имиджами
- Стратегия виртуализации утратила эффективность и произошел сдвиг конкурентных преимуществ к гламуру
- Когда виртуализация становится рутинной практикой и рынки перенасыщены брендами, успех начинает приносить гламур с характерными для него яркостью и незамысловатостью
- В условиях поствиртуализации место формулы «**бренды + сети**» начинает занимать формула «**тренды + потоки**»
- Перепроизводство идентичностей приводит к их обесцениванию
- Ценностью становится физическое присутствие, непосредственный опыт, тактильность, «аналоговость» в противовес «цифре»

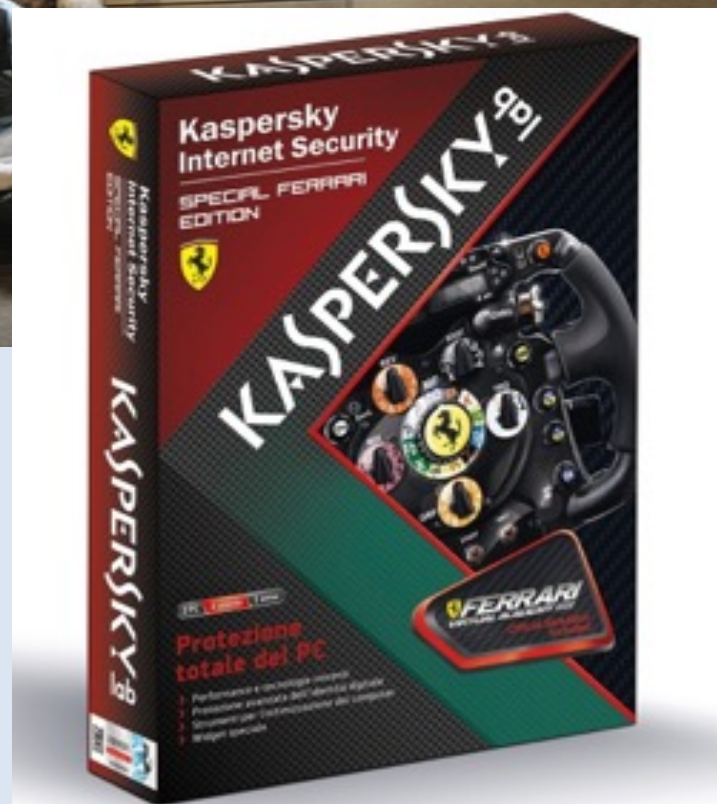
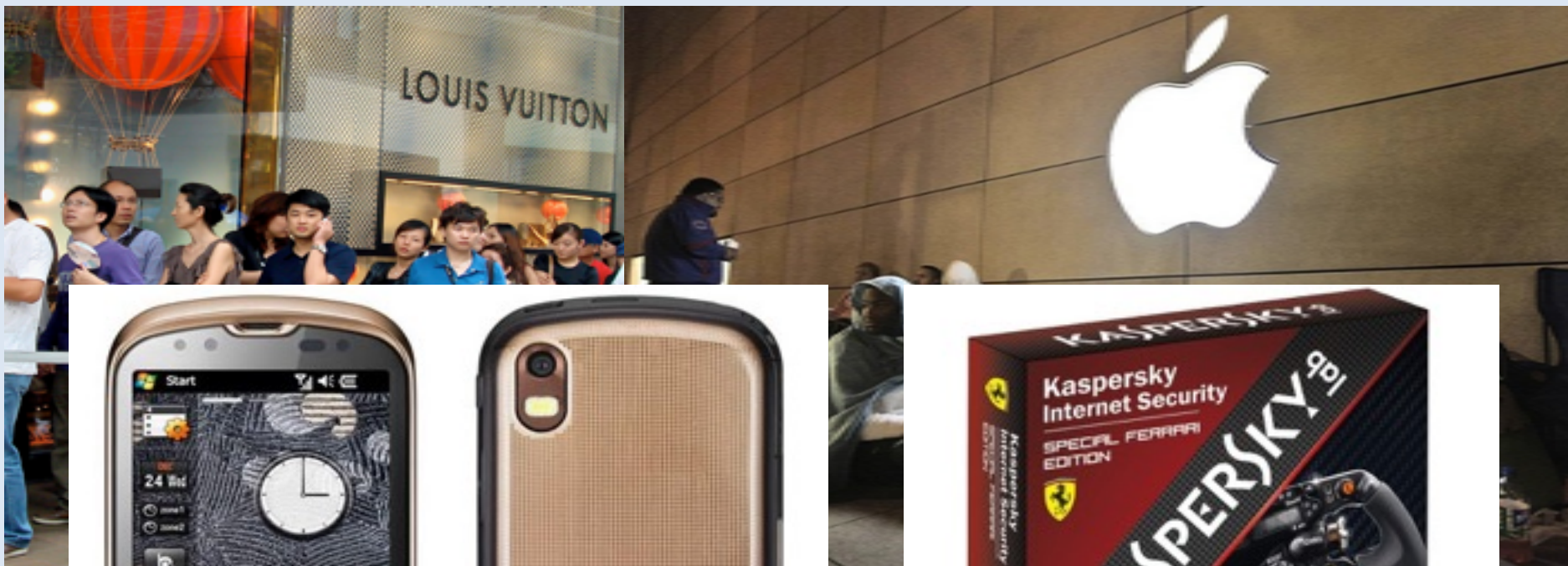
Глэм-капитализм

- с 1930-х годов гламур был специфическим стилем жизни и эстетикой, но **сейчас гламур стал логикой** сверхновой экономики
- глэм-капитализм возникает, когда производители на сверхконкурентном рынке должны очаровывать (по-английски - *to glamour*) потребителей
- логика глэм-капитализма: **товары и услуги должны быть агрессивно красивыми**, образы - ярче и проще, коммуникации - интенсивнее и короче
- Стив Джобс о Mac OS X: **«Мы сделали значки на экране такими красивыми, что вам захочется их лизнуть»** (Интервью журналу



Глэм-капитализм: от брендов к трендам

- в условиях глэм-капитализма капитализируются тренды - кратковременные, но интенсивные движения потребителей



От глэм-капитализма к альтер-капитализму



- покупая контрафакт, обмениваясь файлами и создавая коммуну сквоттеров, потребители участвуют в движениях, которые создают альтернативу глэм-капитализму
- на рост альтер-социальных движений глэм-капитализм сначала реагирует полицейскими мерами, а затем



Поствиртуализация: взаимопроникновение реальностей

- бизнесмены и активисты создают пространства, функция которых - быть точкой доступа к реальности (креативные пространства, лофты, коворкинги, антикафе, котокафе...)
- урбанисты трансформируют городскую среду в платформы для креативных создателей сетей и потоков
- Искусственный интеллект стал технологией для жителей постиндустриальных мегаполисов и воплотился в беспилотниках и ботах
- Самый яркий пример транс-структуры в духе поствиртуализации - тренд **Pokemon Go**



Культурные тренды времен поствиртуализации

- Культура хипстеров
- Культура хайпа
- Культура дополненной реальности

