

## **ВИРТУАЛИЗАЦИЯ ГОРОДСКИХ КУЛЬТУРНЫХ ПРАКТИК**

Лисенкова А.А. Виртуализация городских культурных практик. /Лисенкова А.А./ Культура и образование. - №3 (22). Москва. – 2016. -с.31-36

**Лисенкова Анастасия Алексеевна**

Кандидат культурологии, доцент, проректор по научной и международной деятельности Пермского государственного института культуры, г. Пермь

e-mail: [Oskar46@mail.ru](mailto:Oskar46@mail.ru)

*Аннотация. В статье говорится о современном мире дигитализации повседневности и переносе значимых явлений в плоскость виртуального пространства. Культура, находясь в авангарде этих процессов ориентирована на изменение форм коммуникации творца и зрителя, используя возможности новых технологий, изменяя и расширяя границы культурного пространства городов за счет виртуализации повседневных культурных практик, выхода за рамки привычных off-line ресурсов. Многообразие форм и видов виртуальных технологий позволяет вовлечь свою аудиторию в процесс постоянного взаимодействия и сотворчества и те, кто сегодня находятся в стороне от этих процессов ощущают свою отчужденность и информационное неравенство.*

*Ключевые слова:* виртуализация, культура, городское пространство, коммуникации, интерактивность, медиа технологии.

## **VIRTUALIZATION OF URBAN CULTURAL PRACTICES**

**A.A. Lisenkova**

Cultural Studies, Ph.D. (Pedagogical Sciences), associate Professor, Vice-rector for research and international activities of the Perm state Institute of culture, Perm

e-mail: [Oskar46@mail.ru](mailto:Oskar46@mail.ru)

*Abstract. The article says about the modern world of digitalization of everyday life and the postponement of important phenomena in the plane of the virtual space. Culture, being at the forefront of these processes is aimed at changing the forms of communication between Creator and audience, using new technologies, changing and expanding cultural space of cities by virtualization of everyday cultural practices, going beyond the usual off-line resources. The diversity of forms and types of virtual technologies to engage your audience in a process of constant interaction and co-creation, and those who today are in these processes feel their exclusion and the digital divide*

*Keywords:* virtualization, culture, urban space, communication, interactivity and media technology.

Использование глобальных виртуальных технологий в современном мире возрастает год от года проникая во все сферы человеческой жизни. Формируются и развиваются новые средства коммуникации, мобильные средства связи с возможностями доступа к глобальным информационным ресурсам. В этой связи высокий потенциал развития новых форм городских культурных практик еще только подходит к возможностям расширения границ традиционных представлений о формировании культурного пространства современного города.

В современном мире дигитализации повседневности, переноса значимых событий, явлений и смыслов в виртуальное пространство становится как никогда актуальным выход за рамки традиционных форм во всех сферах человеческой деятельности, культура здесь не является исключением, а скорее должна находиться в авангарде использования новых цифровых ресурсов и технологий. Как отмечает А.Я. Флиер, рассматривающий культуру в целом как виртуальную реальность, связанную с расцветом городов, заполненных символическими вещами «вся культура построена на принципах виртуальной реальности, воспроизводит ее в тех или иных формах, а по существу сводится к трем

основным проявлениям: *симулякрам* – псевдопредметам, имеющим большую или меньшую символическую значимость; *симуляции* – псевдодействиям, символически имитирующим утилитарные функциональные действия; и *построению мифологического мира*, в котором все внутренние связи есть имитация социальных связей мира человеческого, и *описанию этой псевдоструктуры в бесконечном числе культурных текстов* (философских, богословских, гуманитарных, литературных, живописных, музыкальных, кинематографических, компьютерных и т. п.)» [8, с.22-26].

Культура, как и виртуальная реальность полна симулякров и мифов, выраженных во множестве культурных текстов (философских, литературных, музыкальных, компьютерных, живописных, кинематографических и т.п.), поэтому для сферы бытования культуры ее повседневных практик виртуальные технологии стали новым каналом коммуникации с обществом, но не принципиально новой парадигмой. В современном мире искусство и культура представлены в виртуальном пространстве достаточно широко виртуальными музеями, мастерскими, галереями и даже сетевой литературой, но цифровые технологии развиваются с невероятной скоростью, а профессиональные сообщества не успевают включиться в меняющийся мир.

«Виртуальная реальность – искусственно созданная компьютерными средствами среда, в которую можно проникать, меняя ее изнутри, наблюдая трансформации и испытывая при этом реальные ощущения. Попав в этот новый тип аудиовизуальной реальности, можно вступать в контакты с другими людьми и с искусственными персонажами» [2].

Виртуальная реальность навсегда изменила представление человека о времени, реальности, пространстве, представив возможность развитию символических форм и структур. Благодаря современным цифровым технологиям стало возможным интегрировать информацию (тексты,

музыку, изображение) в само действие, дополняя и расширяя границы реальности. Благодаря этому стало возможным включение человека в пространство, время, события в качестве творца, выстраивая их по понятным и близким для него законам, заменяя пространство мест, пространствами потоков и информационных образов.

Эти тенденции являются закономерным следствием трансформации человека, перехода в информационную эпоху, влекущую за собой виртуализацию культурных практик повседневности. Об этом говорили в свое время Э. Тофлер, Ж. Бодриар, М. Маклюэн, М. Кастельс, П. Дракер, Д.В. Иванов и многие другие философы, культурологи, филологи, предвидя наступление коммуникационно-цифровых технологий и все большее распространение их в повседневной жизни.

Все более часто нормы, ценности, поведенческие паттерны индивид усваивает в виртуальном пространстве для него это неотъемлемый атрибут повседневности. Новые технологии значительно расширили границы привычного мира и повлекли за собой ряд изменений, связанный с виртуализацией культурной среды: включение городских культурных практик в глобальное сетевое пространство и замену традиционных практик образами (симуляциями).

По мнению Дж. Такспот и Э. Уильямса «вместо того, чтобы пассивно потреблять продукты массовой культуры, представители Сетевого поколения проводят время в поиске, чтении, исследовании, идентификации, сотрудничестве и прогрессе организации (чего угодно – начиная от музыкальных MP3-файлов и заканчивая акциями протеста) [7, с.73]. Люди (горожане) сегодня сами выступают творцами среды обитания, наполняя ее определенными смыслами и ценностными статусами, выделяя область функционирования виртуальной культуры.

Виртуализация культурных практик отвечает сразу нескольким функциям, соответствующим функциям культуры в целом.

*Познавательной.* Пользователь виртуального мира погружен в контент события гораздо в большей степени, выступая сотворцом, реализуя свои цели, мечты, фантазии и желания, чем традиционный зритель.

*Социализирующей.* Создавая равные условия для возможности сотворчества, сопереживания, сопричастности культурным событиям виртуальное пространство зачастую становится единственной комфортной средой для социализации индивида, стирая социальные характеристики (доход, статус и т.п.) для реального мира.

*Коммуникативной.* Виртуализация событий, выход за рамки времени, места, сообщества позволяют включить в процесс практически неограниченное количество людей, создавая платформу для общения, обмена информацией по заранее заданным темам, представляющим интерес для участников.

*Компенсаторной.* Возможность укрыться (уйти) в созданный (иллюзорный) мир от проблем реального (вещного) мира, найдя свой «удобный» круг общения.

*Гедонистический.* Присутствие игрового элемента, как одного из ключевых факторов включения в процесс сотворчества и сопричастности, позволяет говорить о развлекательном компоненте, интегрированном в виртуализацию культурных практик.

*Дисфункциональный.* Негативно влияющий, проявляющийся в возможностях манипулирования, отрицательного воздействия на человека благодаря открытости.

Все это позволяет говорить об интегрированности виртуального мира в повседневную жизнь человека.

Сегодня если события нет в сети – его просто нет. Поэтому многие явления, совершаются заранее в интернет пространстве и только в

последующем переходят в off-line практики. «Это – система, в которой сама реальность (т. е. материальное/символическое существование людей) полностью схвачена, полностью погружена в виртуальные образы, в выдуманный мир, мир, в котором внешние отображения находятся не просто на экране, через который передается опыт, но сами становятся опытом» [6].

В культурной среде совместно с виртуализацией усиливается и роль различных игровых практик, позволяющих включать индивида непосредственно в процесс сотворчества, сопереживания событий. В процессе рождается новая лингвистическая и образная реальность, понятная современному человеку новые способы организации текста, слова и изображения, в которых вербальная составляющая активно подкрепляется визуальной, порождая новый тип коммуникации. Сущность которого заключается во взаимодействии, диалектике современной культуры и игры. Происходит трансформация зрителя из пассивного наблюдателя в действительного участника творческого процесса, способного влиять на произведения.

Таким образом все, что мы производим в виртуальном пространстве, является не только дополнением к реальным культурным событиям, но и воспроизводит новые культурные смыслы, наполняя дополнительным содержанием реальный контекст.

Современные горожане все больше стремятся к новым впечатлениям и новым эмоциям, этим процессам способствует повсеместная, всеобъемлющая маркетинговая. Внимание привлекают те впечатления, которые человек сможет получить в процессе потребления. В памяти останется то, что вызвало наибольший эмоциональный отклик, послужило созданию собственного background.

Постоянное воспроизводство информации рождает информационный шум, в котором индивид вычленяет интересующие его события. «Масс-

медийные технологии предлагают потребителю клипы, бренды, образы, в которые надо верить» [11, с.102]. Культурные события все больше коммерциализируются, вписываясь в «клип-образы» предназначенные в качестве символического обмена в массовой культуре.

Сегодня любое значимое культурное событие в городском пространстве не проходит без заранее спланированного продвижения и создания индивидуального контента в сети. Зачастую событие в пространстве виртуальных медиа приобретает больший интерес по сравнению с of-line мероприятием. Грамотное наполнение сетевого пространства позволяют расширять границы, выходить на новые аудитории, привлекая дополнительный пул заинтересованных. В современном мире роста информационных технологий и использования сетевых ресурсов в повседневной практике невозможно представить диалог с потребителем вне этого поля. И здесь речь идет не только о создании сайтов, страниц в социальных сетях, посвященных событиям, но и о использовании различных приложений, позволяющих быть в центре событий. Необходимо активное вовлечение профессионального сообщества в создание виртуальных площадок, информационных поводов, медиасобытий является сегодня неотъемлемым требованием времени.

Городское культурное пространство сегодня многомерно и не характеризуется исключительно традиционными институциями, создающими события. Большое разнообразие новых культурных практик позволило человеку конструировать собственный пул разнообразных событий и благодаря виртуализации многих из них иногда одновременно. Индивид способен расширить границы любого события практически бесконечно, вовлекая других членов виртуальных сообществ в процесс сопереживания, сопричастности данному явлению. Благодаря теггам пользователь соотносится с интересными для него темами, находя единомышленников.

Символическое пространство городов так же становится многомерным и позволяет конструировать и достраивать собственные истории и нарративы каждому участнику процесса. Положительный опыт издания литературного интерактивного путеводителя Н. Горбунова «Дом на хвосте паровоза» [3], говорит о невероятной востребованности и популярности многослойных историй различных мест и событий. Легкий доступ к интерактивным картам, фотографиям мест, рассказам о культуре, истории, архитектуре, QR-коды, отсылающие к репродукциям мест разных исторических эпох, включающие человека в глобальное пространство позволяют получить максимальный спектр впечатлений с минимальным реальным посещением мест/событий с легким поиском информации об этом. Возможность планировать виртуальные/реальные экскурсии, рассматривать объекты (с максимальной детализацией), слушать концерты, участвовать в интерактивных квестах позволяют человеку быть включенным в актуальный культурно-исторический контекст. В этой связи колоссальные возможности, открытые индивиду, подталкивают профессиональные сообщества искать новые формы встречи со своим слушателем/зрителем/потребителем, использовать новые технологии, преодолевать знакомые, и привычные представления о собственных возможностях и искать нестандартные пути.

Создание любого произведения сегодня превращается в «Проект» и образ проекта превалирует собственно над самим проектом. Организаторы включают весь арсенал доступных ресурсов: интерактивные покупки (билетов, экскурсий, абонементов), виртуальные игры (квесты, симуляторы и т.п.), RSS-ленты, хэштеги, фоторепортажи в Instagram, блоги и микроблоги, картографирование мест (фото, легенды, google maps, yandex карты, 2ГИС), создание собственных интерактивных ресурсов, гипертекстов и т.д. Весь этот спектр позволяет изменить не только масштаб события, выводя его за привычные рамки, города и региона, расставлять акценты, но и привлекать дополнительную аудиторию.



Аудиторию, для которой жизнь вне цифрового контента лишена интереса, аудиторию где каждое событие — это адрес в поисковой строке браузера. В этой связи возможности виртуальной среды позволяют решать целый ряд проблем, стоящих перед профессиональным культурным сообществом: расширение площадей и аудиторий, создание символического поля города, наполненного содержательным контентом, повышение конкурентоспособности и узнаваемости, привлечение молодежи и современного креативного городского сообщества, доступность образования и культурного обмена.

Те, кто находится сегодня в стороне от этих глобальных процессов в полной мере ощущают изолированность и отчуждение большей части аудитории. Это влечет новые формы информационного неравенства и напротив, умение коммуницировать со своей аудиторией управляя образами и впечатлениями, позволяет сократить разрыв между ожиданиями, внутренними мотивами человека и внешними ценностями городской культурной среды.

### Литература

1. Барматова С. Изменение места и роли коммуникации в современном мире /С. Барматова //Социология: теория, методы, маркетинг. - 2009. - № 3. - С. 161.
2. Виртуальная реальность // Академик – Словари и энциклопедии [Электронный ресурс]. URL: [http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc\\_culture/278/ВИРТУАЛЬНАЯ](http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_culture/278/ВИРТУАЛЬНАЯ) (дата обращения: 06.11.2016)
3. Горбунов Н. Дом на хвосте паровоза. М.: Live book, 2016. 432с. URL: [http://www.labyrinth.ru/books/544676/?utm\\_content=topadvert\\_2\\_block-name\\_h-list\\_click-id\\_2\\_pin\\_2517455147833317548](http://www.labyrinth.ru/books/544676/?utm_content=topadvert_2_block-name_h-list_click-id_2_pin_2517455147833317548) (дата обращения 15.10.2016)
4. Иванов Д.В. Виртуализация общества. СПб.: "Петербургское Востоковедение", 2000. - 96 с.
5. Кунде Й. Корпоративная религия. – СПб., 2004. 267с.
6. Пэлфри, Дж. Дети цифровой эры / Дж. Пэлфри, У. Гассер. М., 2011. С. 11.
7. Тапскотт, Дж. Викиномика. Как массовое сотрудничество изменяет все / Дж. Тапскотт, Э. Уильямс. М., 2009. 392 с.

8. Флиер А.Я. Культура как виртуальная реальность // Обсерватория культуры. – М.: Изд. РГБ, 2006. - № 2. – 132 с.

#### **Reference**

1. Barmatova S. Izmenenie mesta i roli kommunikacii v sovremennom mire /S. Barmatova //Sociologija: teorija, metody, marketing. - 2009. - № 3. - S. 161.
2. Virtual'naja real'nost' // Akademik – Slovarei i jenciklopedii [Jelektronnyj resurs]. URL: [http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc\\_culture/278/VIRTUAL](http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_culture/278/VIRTUAL) "NAJa (data obrashhenija: 06.11.2016)
3. Gorbunov N. Dom na hvoste parovoza. M.: Live book, 2016. 432s. URL: [http://www.labirint.ru/books/544676/?utm\\_content=topadvert\\_2\\_block-name\\_h-list\\_click-id\\_2\\_pin\\_2517455147833317548](http://www.labirint.ru/books/544676/?utm_content=topadvert_2_block-name_h-list_click-id_2_pin_2517455147833317548) (data obrashhenija 15.10.2016)
4. Ivanov D.V. Virtualizacija obshhestva. SPb.: "Peterburgskoe Vostokovedenie", 2000. - 96 s.
5. Kunde J. Korporativnaja religija. – SPb., 2004. 267s
6. Pjelfri, Dzh. Deti cifrovoj jery / Dzh. Pjelfri, U. Gasser. M., 2011. S. 11.
7. Tapskott, Dzh. Vikinomika. Kak massovoe sotrudnichestvo izmenjaet vse / Dzh. Tapskott, Je. Uil'jams. M., 2009. 392 s.
8. Flier A.Ja. Kul'tura kak virtual'naja real'nost' // Observatorija kul'tury. – M.: Izd. RGB, 2006. - № 2. – 132 s.