

Сетевая коммуникация в культурном пространстве современного города

Научный руководитель – Гавриленко Ольга Владимировна

Самусева Полина Андреевна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Москва, Россия

E-mail: linaasamuseva@gmail.com

Распространение глобальной сети Интернет и увеличение масштабов использования информационно-коммуникационных технологий привело к существенным изменениям в общественной жизни людей, возникновению новой цифровой культуры, сетевых форм коммуникации и взаимодействия между индивидами в городской среде.

«Сетевые» структуры, как отмечает М. Кастельс, составляют основу современного сетевого общества, через сети происходит процесс становления различных социальных институтов и сообществ [2]. В процессе глобализации происходит трансформация социальных институтов, главным феноменом компьютерной революции становится распространение сети Интернет, благодаря которому многократно увеличиваются информационные потоки и ресурсные возможности осуществления глобальной сетевой коммуникации.

Взаимодействие сетевых структур и городского пространства находит отражение в наложении городских метафор «площадей», «развязок» на описания процессов коммуникации, в то время как сетевая терминология - «потоки», «узлы» - все чаще применяется для описания города. Сегодня информационно-коммуникационные технологии меняют городское пространство, приводят к динамичному переопределению социальных связей, дистанций и иерархий.

Сетевая коммуникация рассматривалась в городском пространстве в рамках теорий сетевого общества, новых медиа, а также в терминах «пространства потоков» [3] и «мобильности» [9]. Сетевая коммуникация как совокупность процессов интерактивного взаимодействия в пространстве структур информационного общества, проявляется в современной городской культуре. Культурное пространство города в самом широком смысле может быть представлено как совокупность материальных объектов, символических контекстов и компонентов культуры, включающая в себя среду существования и формы взаимодействий людей [5].

Современные города становятся «медийными городами», в которых происходит многостороннее проникновение сетевых технологий, устройств и интерфейсов в жизнь горожанина, формируется социальный образ жителя глобального города, его ценностные ориентации и мировосприятие [7].

Особое внимание уделяется изменению общественных пространств в процессе взаимодействия городской среды и сетевой коммуникации, созданию «креативных» пространств и «умных» городов [6, 10]. Повсеместное использование цифровых технологий и гаджетов позволяет говорить о переходе от киберпространства к созданию гибридного пространства, в котором больше не существует различия между пространством «физическим» и пространством «виртуальным» [11].

Экономика, политика, социальная сфера, сфера образования и науки становятся неотъемлемой частью единого информационного пространства, повсеместно внедряются принципы сетевой организации.

Развитие сетевых организаций способствует появлению новых профессиональных групп, требующих включенность в виртуальное пространство, непрерывное совершенствование

навыков и компетенций, а также совершенно новых формы коммуникации в рамках интенсивных сетевых взаимодействий внутри глобального сообщества. В процессе внедрения сетевой коммуникации в информационном обществе возникают и успешно применяются такие методы как бенчмаркинг, краудсорсинг и краудфандинг [1].

Опыт и технологии реализации проектов, основанных на информационно-коммуникационных технологиях, актуализируются как в сфере городского управления (электронное правительство, городские интерактивные порталы), в образовании (дистанционное обучение, вебинары), в экономической сфере (фриланс, электронная коммерция), так и в других областях (социальные сети, блогосфера, электронные СМИ).

Дигитализация городской среды способствует производству новых видов городских публичных пространств - «третьих мест», в то время как сетевая коммуникация и взаимодействия в сетевом пространстве трансформируют городскую среду, создавая новые практики повседневности в городе [8].

Городские архитектурные объекты и публичные пространства теперь воспринимаются горожанами как особый информационный канал, позволяющий увеличить доступность и комфортность городской жизни, превращая городскую среду в сеть коммуникационных потоков: транспортные приложения сообщают текущую ситуацию на дорогах, гибкий график работы и наличие Wi-Fi в публичных местах позволяет не прерывать рабочий процесс вне офиса, мобильные приложения определяют посещаемость общественных мест и выстраивают маршрут прогулки, музыка в наушниках из гаджета дополняет восприятие образа города для современного фланера, а фотографии в социальных сетях обеспечивают синхронность опытов и переживаний [4].

Результаты проведенного исследования позволяют выявить теоретические основания и практические возможности применения сетевого подхода в рамках городского пространства с целью решения конкретных городских проблем, а также обозначить перспективы внедрения сетевой коммуникации в городскую среду с точки зрения потребностей современного городского управления.

Источники и литература

- 1) Душина М. О. Методы сетевой коммуникации в дигитальном обществе: бенчмаркинг, краудсорсинг, краудфандинг // *Sociology of science and technology*. 2014. Volume 5. No. 1. С.105–114.
- 2) Кастельс М. Становление общества сетевых структур // *Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология* / Под ред. В. Л. Иноземцева. М.: Academia, 1999.
- 3) Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ, 2000.
- 4) Лапина-Кратасюк Е. Г. «Интерактивный город»: сетевое общество и публичные пространства мегаполиса // В кн.: *Микроурбанизм. Город в деталях* / Отв. ред. О. Н. Запорожец, О. Е. Бредникова. М.: Новое литературное обозрение, 2014.
- 5) Линч К. Образ города / Пер. с англ. В.Л. Глазычева; Сост. А.В. Иконников; Под ред. А.В. Иконникова. М.: Стройиздат, 1982.
- 6) Лэндри Ч. Креативный город. М.: Изд. дом «Классика-XXI», 2011.
- 7) Маккуайр С. Медийный город. Медиа, архитектура и городское пространство. М.: Strelka Press. 2014.
- 8) Ольденбург Р. Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества. М.: Новое литературное обозрение, 2014.

- 9) Урри Дж. Социология за пределами обществ: виды мобильности для XXI столетия. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2012.
- 10) Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: Изд. дом «Классика-XXI», 2007.
- 11) Gordon, E., De Souza e Silva, A. Net locality: Why location matters in a networked world. Chichester: Wiley-Blackwell. 2011.