

«ДОПОЛНЕННОЕ» СОЦИАЛЬНОЕ ПРОСТРАНСТВО: СЕТИ И СТРУКТУРЫ SECOND LIFE

В.И. Игнатъев, С.А. Кузин

Новосибирский государственный
технический университет

ignat@fgo.nstu.ru; ighnatiev.v@inbox.ru
ufosirius@mail.ru

В статье анализируются некоторые современные тенденции трансформации социального пространства, используются понятия «социальной действительности» и «социальной реальности», анализируется природа и механизм возникновения в интернет-среде особого социального пространства, основанного на опосредованном взаимодействии пользователей различных сервисов: социальных сетей, многопользовательских онлайн-игр, «онлайн-миров». Исследуется конструктивистско-коммуникативный аспект формирования социальных практик. На примере проекта компании Linden Lab под названием «Second Life» описываются наиболее значимые характеристики так называемых «онлайн-миров» – особой разновидности социальных сетей, получивших широкое распространение в начале XXI в. Проводится детальный анализ концептуальных основ Second Life и истории развития проекта. На основании результатов проведенного исследования делается вывод о том, что пространство онлайн-мира является «дополненной» копией реальных социальных отношений, то есть представляет собой точное подобие типичных практик социальной действительности, воплощенное в виде трехмерного окружения, обладающего своими особыми «физическими» законами и подверженному изменению самими пользователями. Пользователи онлайн-мира одновременно выступают и субъектом, и объектом моделирования «дополненного» социального пространства.

Ключевые слова: социальное пространство, интернет-пространство, «онлайн-мир», интеракции, сети, онлайн-взаимодействия, «дополненное» пространство.

DOI: 10.17212/2075-0862-2014-4.1-100-114

Социальное пространство: понятие и реальность

Рубеж XX–XXI веков ознаменован бурным развитием виртуальных общественных отношений и ростом исследовательского интереса к данному феномену. Это происходит, прежде всего, благодаря распространению глобальной сети Интернет. Стало очевидным, что выстраивание взаимоотношений между индивидами и социальными группами принимает иной, отличный от традиционных форм характер. Можно

предположить, что происходит формирование нового типа социального пространства. Актуальным является и вопрос о соотношении онлайн и оффлайн пространств.

Многие исследователи высказывают сомнения по поводу отнесения социальных контактов между отдельными людьми и группами в Интернете к разряду социальных взаимоотношений и взаимодействий. [4, 14]. В исследованиях, посвященных изучению интернет-взаимодействий, «онлайн-миров», отсутствует единая и теоретически

проработанная оценка характера этой стороны современной социальной жизни как особой формы бытия людей. Не ясно, действительно ли перед нами массовый исход индивидов в другое социальное пространство, в иную реальность, или же это дальнейшая экспансия виртуальным миром мира реального. В данной статье мы планируем внести определенный вклад в эту дискуссии, представив свою точку зрения на проблему. Наша гипотеза заключается в том, что интеракции в Интернете если и не являются особым (отдельным) социальным пространством, то образуют дополнительные сетевые структуры устойчивых социальных практик – «дополненное» социальное пространство. Термин «дополненное» (Augmented) заимствован нами из концепции «дополненной реальности», которая сформировалась в дискурсе исследователей телекоммуникационных технологий в 1990-е годы. Ключевые положения этой концепции сформулированы в 1994 году в статье Пола Милграма и А.Д. Кисино «Таксономия смешанной реальности визуальных дисплеев» [16]. Термин «дополненное» используется авторами для объяснения феномена «континуум Виртуальность-Реальность» как пространства «между реальностью и виртуальностью, между которыми расположены дополненная реальность (ближе к реальности) и дополненная виртуальность (ближе к виртуальности)» [16]. Полагаем, что данный термин может стать основой понятия «дополненное пространство» и послужить ключом к объяснению специфики социального пространства в информационно-коммуникативной среде Интернет.

В анализе мы исходили из воззрений Г. Зиммеля [5], интерпретации социального пространства А. Филипповым [12],

а также опирались на взгляды А. Шютца, П. Бурдьё и М. Кастельса [1, 2, 5, 7, 8]. Были выделены основные черты этого феномена, использованные далее для характеристики интернет-пространства:

1) пространство существует в виде описательных моделей и конструкций в представлениях индивидов;

2) пространство проявляет себя только в процессе деятельности этих индивидов, в результате которой формируется прилегающее непосредственно к ним пространство;

3) «пространства» отдельных индивидов соединяются, и пустое место между ними заполняется только лишь в процессе взаимодействия этих индивидов.

Среди методологических предпосылок анализа важное место занимает точка зрения А. Шютца. Для характеристики социального пространства Шютц использует термин «социальная реальность», указывая на тот факт, что социальный мир (реальность, пространство) носит интересубъективный характер [15, с. 530]. Шютц отмечает, что социальный мир (как пространство) существует и воспроизводится в действиях и взаимодействиях индивидов, образующих некоторую совокупность смыслов и значений [15, с. 532]. Шютц вслед за Зиммелем определяет социальное пространство как результат деятельности и взаимодействия индивидов. В результате интеракции образуется и далее воспроизводится смысловое единство, поле значений, имеющее историческую преемственность и протяженность. Это поле смыслов и значений выступает механизмом восприятия индивидами окружающего их мира.

П. Бурдьё в главе III своей работы «Начало» подчеркивает, что изучает проблему социального пространства с позиций

структурализма. По его мнению, объективные связи в социальном пространстве являются связями между позициями, занимаемыми в распределении ресурсов в борьбе за дефицитные блага [1; 2, с. 16].

Подход П. Бурдьё к проблеме социального пространства позволяет уточнить его структуру и характеристики:

1) социальное пространство не сводимо к пространству физическому, хотя и вписано в него;

2) определенные связи между позициями индивидов в социальном пространстве являются связями между позициями, занимаемыми в распределении ресурсов в борьбе за «дефицитные блага», такими благами выступают различные виды капитала: экономический, культурный и символический;

3) восприятие социального пространства зависит от объективных (структурных) и субъективных факторов.

Таким образом, Бурдьё, так же как Зиммель и Шютц, рассматривает социальное пространство в качестве результата и условия протекающих между индивидами процессов интеракции.

Особое значение для изучения социального пространства имеет модель сетевой экономики и более развернутая концепция сетевого общества, созданная теоретиком информационного общества М. Кастельсом [8]. Оригинальность исследования Кастельса проявляется в переопределении такого ключевого для наук, изучающих современность, понятия, как «информационное общество». Кастельс предлагает дополнить его термином «информационное общество» (*informational society*), мотивируя введение этого понятия аналогией с понятием «индустриальное общество», которое подчеркивает мысль о его индустриальной основе [8, с. 39].

Поясняя свою позицию, Кастельс отмечает, что ядром такой новой формы коммуникационной организации общества является не информация, а «сетевая логика его базисной структуры», придающая распространяемой информации особые качества и функции, системно преобразующие все основные сферы жизнедеятельности людей – от экономики и политики до образования и культуры. Именно сети составляют новую социальную морфологию наших сообществ, а распространение «сетевой» логики в значительной мере сказывается на ходе и результате процессов, связанных с производством, повседневной жизнью, культурой и властью [8, с. 77]. Современные СМИ с применением мультимедийных и интерактивных технологий образуют коммуникационную систему, в которой реальность, то есть материальное и символическое существование людей, полностью погружена в виртуальные образы, в выдуманный мир, в котором образы становятся уже не средством передачи опыта, а собственно опытом. Таким образом, Кастельс фактически отождествляет современную социальную реальность с реальностью виртуальной.

Именно концепция сетевого общества М. Кастельса взята нами за основу интерпретации интернет-пространства и обоснования конструкта «онлайн-миры». При этом мы также опирались на традицию исследования современного общества как общества сетевых структур, сформировавшуюся в мировой и отечественной социальной теории [3, 9, 10]. Наша позиция заключается в следующем. Социальное пространство формируется не только в процессе практических интеракций людей, при которых меняется их поведение и образуются соци-

альные нормы и сообщества («социальная действительность»), но и в процессе конструирования ментальных образцов практик, формирующих индивидуальные картины мира («социальная реальность»), существующие относительно независимо от действительности [6, с. 93–95]. Эти картины мира и индивидуальные практики через сетевые интеракции образуют то же социальное пространство, статус которого далеко не прояснен в социальной теории. В нашей статье мы используем конструктивистский ракурс анализа механизма образования социального пространства в сети Интернет [11].

На наш взгляд, социальное пространство характеризуется следующим:

1) оно формируется в процессе взаимодействия (интеракции) индивидов и групп, причем является как результатом, так и фактором протекания этих процессов;

2) конструирование пространства может быть объективным и субъективным, сознательным и бессознательным, индивидуальным и групповым;

3) позиции индивидов и групп отражают характер распределения социально значимых ресурсов (экономического, культурного и символического капиталов, по Бурдьё);

4) позиции индивидов и групп *относительны*, т. е. определяются только при наличии точки отсчета, представленной какой-либо позицией.

Таким образом, под *социальным пространством* мы будем понимать *идеальную конструкцию, представляющую собой поле социальных отношений между индивидами и группами, выступающую средством отражения и познания окружающей действительности (физической и социальной), характеризующую наличием системы координат (относительностью).*

Интерпретации Интернета

Сегодня сложились две основные концепции феномена «Интернет»: технологическая (Интернет понимается как глобальная сеть компьютерных ресурсов с коллективным доступом на основе использования единой стандартной схемы адресации, высокопроизводительной магистральной и высокоскоростных линий связи с главными сетевыми компьютерами и т. п.) и социально-философская (Интернет рассматривается в качестве всемирного информационного пространства, сложного многомерного социокультурного феномена, средства массовой коммуникации, информационно-коммуникативной медиасреды, виртуального пространства и др.) [14].

Среди исследователей существует мнение, что кроме тех случаев, когда имеется в виду название сети, Интернет следует понимать не как международную [inter(national) + networks] сеть, а именно как [inter(connected) + networks], т. е. объединение, сопряжение, взаимосвязь коммуникационных сетей [14]. Такой подход дает основание рассматривать Интернет как систему, включающую совокупность унифицированных методов, средств и технологий, обеспечивающую коммуникацию между гетерогенными устройствами вычислительной техники с целью передачи разнообразной по виду и содержанию информации и ориентированную на коллективное использование общесетевых аппаратных, информационных и программных ресурсов. На наш взгляд, именно сетевой подход к объяснению механизма возникновения социальных форм в Интернете как сетевых структур является наиболее перспективным [13].

Не вызывает сомнения, что Интернет превратился в универсальный канал социальных коммуникаций, посредством которого осуществляются основные виды интеракций: выполняется удаленная трудовая деятельность; проводятся различные формы обучения и переподготовки; функционируют средства массовой информации; реализуется перевод денежных средств и подавляющее число торговых операций; осуществляется документооборот и пр.

Уже сегодня можно отнести к разряду интернет-пользователей абонентов как глобальных, так и локальных сетей, обладающих не меньшими информационными и коммуникационными возможностями; пользователей IP-телефонии; интернет-радио и интернет-телевидения; служб мгновенных сообщений; систем электронного документооборота и других сетей и ресурсов по мере их появления, развития и включения в общий информационный обмен. Характеристика этих процессов требует уточнения базовых понятий для конструирования концепта онлайн-взаимодействия как социального пространства: «интернет-пространство», «интернет-среда», «интернет-сообщество», «интернет-аудитория», «интернет-пользователь» «интернет-коммуникации», «интернет-ресурсы», «интернет-культура», «интернет-услуги» и др.

Следует подчеркнуть, что характеристика пространства в сети Интернет как моделируемого с помощью компьютера информационного пространства, в котором находятся сведения о лицах, предметах, фактах, событиях, явлениях и процессах (представленные в математическом, символическом или любом другом виде и находящиеся в процессе движения по локальным и глобальным компьютерным сетям), явля-

ется слишком узкой и не в полной мере отражает сложившуюся практику информационного взаимодействия в Интернете.

В Интернете есть виртуальные участки пространства, например, онлайн-игры с виртуальными персонажами (как управляемыми реальными людьми, так и смоделированными и управляемыми компьютером), несуществующими расами и кастами, виртуальной экономикой, географией, ресурсами, собственной системой обучения, поощрений и наказаний и т. д. Или сообщества, в которых участники, используя так называемых «виртуалов», могут играть несколько социальных ролей, когда за одним образом может скрываться несколько индивидов и, наоборот, за множеством пользователей может стоять один человек. Сюда же необходимо отнести специализированные ресурсы, ориентированные на создание виртуальных браков Интернет-пользователей (с регистрацией и выдачей уникального свидетельства, с виртуальной свадебной церемонией, виртуальными гостями, виртуальными подарками, цветами и т. д.); симуляторы, воспроизводящие особенности социальной среды (виртуальные миры, позволяющие создавать виртуальных персонажей, выбирать им внешность, придумывать характер, сочинять жизнеописание, создавать семьи, «рожать» виртуальных детей и т. д.); сервисы, позволяющие находить новых знакомых и проигрывать в общении с ними разнообразные сексуальные роли и ситуации, недоступные в реальной жизни (виртуальный секс) и др.

На наш взгляд, не следует отождествлять интернет-пространство с интернет-средой. Последнюю можно определить как совокупность технических, функциональных, информационных, социальных, экономических и юридических компонентов,

обеспечивающих существование и деятельность индивидуумов и групп пользователей различных компьютерных информационных сетей [14]. Собственно социальным компонентом интернет-пространства является интернет-аудитория – неоднородная социальная общность, характеризующаяся общим предметом восприятия и отсутствием видимой значимости связей между индивидами и группами пользователей, использующая информационные и коммуникационные ресурсы и возможности Интернета. Агентом интернет-аудитории является интернет-пользователь – индивид, имеющий доступ и пользующийся в качестве инструмента для решения различных задач (деловых, учебных, развлекательных) информационными и коммуникационными сервисами и службами Интернета.

Интернет как социальное пространство

Как и традиционное социальное пространство, интернет-пространство структурировано и дифференцировано, т. е. в нем существуют различные социальные группы, являющиеся носителями доминирующих интересов, взаимодействующие на основе формальных и неформальных связей и реализующие различные виды совместной деятельности. Интернет-пространство неоднородно и имеет множество плоскостей, каждая из которых характеризуется определенным типом отношений и обладает собственной логикой, а его элементы соединены в хаотическом и противоречивом единстве. В интернет-пространстве есть участки сообщества с относительно высоким социальным взаимодействием и развитыми связями, оказывающие влияние на другие, менее референтные и статусные сообщества. Вместе с этим среди различных интернет-

сообществ не мало таких, ценность и сроки существования которых несущественны для формирования и развития интернет-пространства, его совершенствования. Динамика интернет-пространства – это результат столкновения интересов, от которого зависит как качественный и количественный состав социальных групп, так и коррекция их взаимоотношений и совместной деятельности [14].

Неформальное структурирование интернет-пользователей по взаимным интересам, социокультурным ориентациям, устремлениям, совместно решаемым задачам и другим не предписанным актами социального статуса критериям привело к появлению своего рода неофициальной параллельной коммуникационной структуры – невидимой сети межличностных отношений, которая не только выполняет функции совместной информационно-познавательной и коммуникативной деятельности, но и во многом выступает носителем современных нравственных ценностей [14].

Вместе с этим в качестве одного из определяющих факторов социальной дифференциации в Интернет-пространстве выступает уровень доступа к знаниям и информации. При этом роль традиционных критериев определения социального положения незначительна, так как происходит сглаживание межкультурных, этнических, социально-личностных различий и уравнивание по социальному, образовательному и материальному статусу. Интернет-пользователи, находящиеся в верхних эшелонах информационной стратификации, далеко не всегда занимают высокие позиции в традиционном совокупном социально-экономическом ранжировании.

На протяжении значительного отрезка человеческой истории формы социального взаимодействия сводились в большинстве случаев к межличностному общению. Люди имели возможность взаимодействовать друг с другом и обмениваться символическими формами только тогда, когда одновременно находились в одном и том же месте либо участвовали в других видах социального действия в условиях физической, пространственно-временной локализации. Традиции и установки, в том числе и политического характера, передавались преимущественно в устной форме, и даже само их существование зависело от непрерывного процесса возобновления в основном через рассказ, реже – через показ или иные сходные действия, но опять-таки в контексте непосредственного межличностного взаимодействия людей. Средства коммуникации порождали новые формы социального, когда для обмена сообщениями, несущими определенное смысловое содержание, людям уже не обязательно было находиться вместе. Обмен символическими формами с использованием опосредованных интерактивных форм становится доступным для все большего количества людей [14]. При этом характер взаимодействия в сети Интернет позволяет зафиксировать такую особенность интернет-пространства, которую, видимо, можно назвать «гемайншафтностью», имея в виду производную от термина «Gemeinschaft», введенного в оборот социологической науки Ф. Тённисом.

Вместе с тем общение посредством Интернета нередко приводит к изменению ценностных ориентаций личности. Меняются мироощущение, мировоззрение, способ мышления людей, появляются новые виды девиаций. Нельзя не видеть форми-

рования новых ограничений, связанных с развитием сетевых коммуникаций. Чем более универсализируется связь в Интернете с миром повседневности и увеличивается число пользователей, тем больше возникает возможностей для деструктивных взаимодействий в ней. В первую очередь предпосылки такой опасности заключаются в овладении большей частью членов общества технологиями обработки информации (а значит, и манипулирования ею), что дает в руки антисоциально настроенным индивидам довольно мощное средство пропаганды и реализации своих идей с помощью «отфильтрованной» информации.

Использование Интернета предполагает также некую «порядочность», цивилизованность пользователя, которые очень часто отсутствуют. Отсюда нарушение авторских прав и грубые провалы в этике общения. Немодерируемые конференции в Интернете (например, на различных форумах и чатах) пестрят взаимными и необоснованными оскорблениями, идиоматическими выражениями. Анонимность среды дает неограниченные возможности для безответственных действий.

Тем самым социокультурная среда современного общества начинает приобретать черты, которые не отмечались в предшествующие периоды. В подтверждении и развитии нашего подхода к интерпретации интернет-взаимодействий как социального пространства обратимся к результатам одного из эмпирических исследований, проведенных нами в рамках данной темы.

Социальное пространство Second Life

При опросе, который проводился в виде анкетирования через Интернет, была использована сплошная выборка, сформи-

рованная на основе данных о зарегистрированных пользователях в возрасте от 12 до 30 лет. Данные были получены с помощью поисковой системы сайта «ВКонтакте». Опрос проводился с помощью автоматизированного сервиса ввода, обработки и хранения данных «Конструктор опросов» сервера VirtualExS <http://www.virtualexs.ru/>. В анкетировании приняли участие 65 респондентов (34 женского пола и 31 мужского).

Респонденты были разделены на условные группы по уровню образования (среднее, среднее специальное, незаконченное высшее и высшее) и роду деятельности (образование, искусство, работа с людьми, юриспруденция, инженерия, информационные технологии, реклама и так называемая трудовая деятельность – группа, в которую вошли другие варианты ответов).

Всего респондентам было задан 21 вопрос, включая группу вопросов по социально-демографическим данным. На основе анализа полученных в ходе опроса данных были составлены одномерные и двумерные таблицы.

В ходе анализа результатов опроса были выявлены основные характеристики взаимодействия в Интернете как социальном пространстве.

1. Взаимодействия между отдельными пользователями, пользователями и группами пользователей в интернет-пространстве (общение, обмен ресурсами и т. д.) носят социальный характер.

2. Взаимодействие в интернет-пространстве, как правило, представлено межличностным дружеским, деловым, любовным и другим общением. Также одним из ярких примеров взаимодействия является онлайн-игра.

3. Темпы взаимодействия в интернет-пространстве значительно выше, нежели в реальности.

4. Наблюдается тенденция перемещения активности взаимодействующих пользователей из общего пространства Интернета в социальные сети, которые становятся основным полем социальных взаимодействий. Некоторые исследователи называют это «социализацией всего».

5. Взаимодействие в интернет-пространстве, особенно в форме межличностного общения, носит вторичный по отношению к взаимодействию в реальности характер.

Устойчиво выявляемая специфика интеракций, присущая исключительно пространству Интернет, требует использовать для его обозначения особое понятие «онлайн-мир». Последние связаны с феноменом социальных сетей.

Анализ современной научной литературы позволяет утверждать, что проблема онлайн-миров в социологическом аспекте изучена крайне слабо, хотя на сегодняшний день насчитывается несколько десятков подобных онлайн-миров. Наиболее популярными являются: за рубежом Second Life, Habbo Hotel, Club Penguin, Webkinz и др., в России – Deeptown. На наш взгляд, это объясняется тем, что данный феномен появился сравнительно недавно. Например, самый крупный и популярный проект Second Life был запущен в 2003 году. Также следует отметить, что нет единого общепризнанного определения данного феномена. Встречаются различные наименования: метафизическая или метавселенная, виртуальный мир, виртуальное сообщество, сетевое сообщество.

Сформулируем принимаемое нами определение понятия «онлайн-мир»:

Онлайн-мир – тип социальных сообществ, имеющих трехмерное графическое воплощение и

функционирующих в интернет-пространстве в режиме реального времени (онлайн).

К такому пониманию данного феномена нас привело изучение материалов (статей, сообщений на форумах) сайта <http://secondrussia.ru>, являющегося официальным сайтом российского сообщества резидентов Second Life. Проект Second Life был создан компанией Linden Lab, находящейся в Сан-Франциско, и запущен в 2003 году. Идеологом проекта является основатель компании Филипп Роуздейл. Идея Second Life пришла к нему еще в 1999 году. В Second Life зарегистрировано порядка 15 миллионов человек. Ежедневно Second Life посещают 15-50 тысяч пользователей.

Большинство пользователей или резидентов онлайн-мира Second Life сходятся во мнении, что данный проект не является игрой, поскольку в нем перед индивидом не ставится конкретная цель, как в большинстве онлайн-игр. Некоторые их них называют этот мир имитацией реальной жизни, ее копией в виртуальном пространстве [17]. Также этот онлайн-мир понимается в качестве огромной площадки для общения и самовыражения. Последнее осуществляется за счет того, что весь контент в Second Life генерируют сами пользователи. Здания, парки, города, дачи, замки, автомобили – все это творения простых людей, населяющих Second Life и обладающих воображением и некоторыми навыками работы с компьютерной графикой. При этом создание объектов в проекте компании Linden Lab далеко не всегда осуществляется на безвозмездной основе. Многие пользователи зарабатывают деньги на продаже виртуальных вещей и недвижимости. Иногда дневной оборот сделок виртуальных вещей

в Second Life доходит до 1,5 миллионов долларов США.

Учитывая специфику виртуального мира Second Life, можно предположить, что большей частью пользователей являются взрослые люди. В действительности так и есть. Многочисленные исследования доказывают это утверждение. Помимо этого существует пользовательское соглашение, согласно которому в Second Life может регистрироваться только совершеннолетний человек. Более половины всех пользователей – мужчины. Впрочем, это не мешает им создавать женские аватары (персонажи) и исполнять в этом онлайн-мире женские социальные роли. Что касается рынков Second Life, большая часть продукции продается на всемирном электронном аукционе «eBay». Это примечательно, так как «eBay» запрещает продажу виртуальных товаров. Для Linden Lab сделано исключение [17].

Таким образом, Second Life представляет собой огромное виртуальное пространство, наполненное городами, развлекательными заведениями, магазинами, всем тем, что есть в обычном мире. Мы можем совершенно свободно перемещаться по «второй жизни», обзавестись жильем, виртуальной женой (или несколькими), машиной и т. д. При определенных условиях можно зарабатывать деньги. Известно, что есть люди, которые зарабатывают в Second Life десятки тысяч долларов США. Хотя таких людей крайне мало. Для большинства пользователей заработок в Second Life, по некоторым оценкам, ограничивается 10 долларами США в месяц [17].

Участие в Second Life бесплатно. Тем не менее существует так называемый премиальный аккаунт (возможность доступа к ресурсам), который характеризуется бо-

лее продвинутой технической поддержкой, стипендиями и целым рядом дополнительных сервисов. Стоит он порядка 9,95 долларов США ежемесячно. При желании можно заплатить 72 доллара за целый год пользования платным аккаунтом. Кроме того, существует еще целый ряд услуг, включая процент за перевод реальных денег в виртуальные.

В этой связи следует отметить, что в онлайн-мире Second Life присутствует своя валюта, которая носит имя Linden-dollar («линден доллар»). Ее курс устанавливается на созданной для этого виртуальной бирже Lindex. Обычно 1 доллар США можно продать за несколько сотен линден-долларов.

Если говорить о платных услугах и продуктах, которые сегодня доступны в Second Life, то список будет чрезвычайно широк, хотя присутствует значительное количество бесплатных. Речь идет не только о покупке недвижимости, яхты или машины, но и, например, о газетах. Так, издательский дом Axel Springer выпускает в Second Life свою собственную газету, которая освещает те или иные события виртуальной жизни. На просторах мира Linden Lab уже работает Reuters, компания Apple имеет свой собственный виртуальный магазин Apple Store, а Adidas – сеть своих фирменных магазинов спортивной одежды. Присутствуют в Second Life также банки и рестораны. Такие проекты рассчитаны скорее на дополнительную рекламу среди «продвинутой» аудитории, блуждающей по миру Second Life.

Кроме бизнеса, данный проект активно используется в образовательной сфере. В частности, сегодня многие университеты мира используют Second Life для изучения иностранных языков. Проводятся в этом мире и виртуальные семинары, тема-

тические встречи. Некоторые компании занимаются моделированием различных ситуаций в мире Second Life для тренировки своих сотрудников.

Ранее мы указывали, что Second Life не является игрой в общепризнанном смысле слова. При этом в нем присутствует целый ряд локаций различного размера, представляющих собой имитации известных миров, созданных писателями-фантастами и кинематографистами.

Следует отметить, что в Second Life присутствует и своя секс-индустрия. Пользователи могут просматривать соответствующие фильмы, существует виртуальная проституция. Поскольку контент создают сами пользователи, в данном онлайн-мире присутствуют и извращенные формы сексуальных отношений, реализуемые на специально для этого созданных территориях.

Многие пользователи и компании используют Second Life как наращивающее обороты средство массовой информации. Марк Уорнер (Mark Warner), бывший мэр штата Вирджиния, первым из политиков дал интервью в Second Life. Его аватар (которого тоже зовут Mark Warner) влетел в виртуальное здание муниципалитета и сел рядом с Hamlet Au, репортером, работающим только в Second Life. «Это мое первое виртуальное появление, – пошутил Уорнер. – Я чувствую себя немного расслабленным». Затем они обсудили ситуацию в Ираке и другие вопросы так, как будто это происходило в реальной жизни [17].

Проект Second Life изначально был создан для того, чтобы предлагать гораздо более глубокие формы взаимодействия, нежели просто игровые. «С детских лет я с помощью компьютеров пытался воссоздать реальный мир», – говорит Филип Росдэйл, основатель Linden Lab [17]. Таким образом,

он предложил создать что-то, что позволит расширять и дополнять виртуальную реальность, создавая цифровую версию настоящей.

В отличие от других онлайн-миров, которые могут лишь позволить игрокам соединять вместе разнообразные найденные артефакты, Second Life предоставляет в распоряжение пользователей подобие атомов – маленькие частицы виртуальной материи, которые называются «примитивы», благодаря чему они могут создавать предметы с нуля. Кори Ондрейка (Cory Ondrejka), директор по разработкам Linden Lab, приводит в пример пианино. Используя атомную структуру, житель Second Life может создать один из примитивов с цветом и текстурами, которые ему больше по душе. Он может назначить звук для примитивов, представляющих клавиши, и на пианино в Second Life можно будет играть. «Конечно, это всего лишь набор примитивов, так что пианино может летать или ездить за владельцем как домашний питомец», – рассказывает Ондрейка [17].

Благодаря возможности влиять на реальную жизнь своих пользователей проект Second Life вызывает интерес у компаний, расположенных в так называемой «силиконовой долине». «Он обещает стать сокрушительным», – говорит Митч Капор, председатель Linden Lab. По его мнению, Second Life можно сравнивать с персональным компьютером и с Интернетом как таковыми, которые начали свой путь как что-то странное, ориентированное на узкий круг пользователей, а затем вошли в массовое сознание и изменили его. «Проводить часть дня в виртуальном мире скоро станет нормальным и серьезным занятием», – говорит господин Капор. Он утверждает, что Second Life вытеснит ра-

боту за компьютерным столом и двухмерные интерфейсы пользователей и даже может ускорить социальную эволюцию всего человечества [17].

Такие прогнозы, на наш взгляд, на сегодняшний день являются преждевременными. Около двух третей контента созданы с нуля, но в основном это вариации предметов, которые уже кем-то были придуманы, а огромное количество предлагаемых товаров банальны. Тогда как некоторые жители выбирают довольно необычные тела для своих аватаров, у большинства они остаются в виде мужского или женского тела.

«Вы можете создать свой собственный остров и люди смогут посещать его, – говорит Билл Джой, сооснователь компании Sun Microsystems, а на сегодняшний день видный венчурный капиталист. – Но я не вижу никакой взаимосвязи между этим и тем, чтобы стать дизайнером и приобрести необходимые навыки, чтобы преуспеть в реальной жизни» [17].

Для новичков Second Life кажется изумительным то, что здесь столько значимых для реального мира вещей. Но тем, кто проводит довольно много времени внутри этого пространства, Second Life показывает все свои отличия от мира реального. Председатель Linden Lab господин Капор с этим полностью согласен. «Каждый человек приносит свою карму в мир», – утверждает он. – Агрессия соседствует с миролюбием. Если Second Life когда-нибудь станет распространенной и популярной, нет никаких гарантий, что пользователи не заполонят мир расизмом и ненавистью. Возможно и преступностью: жители мира были вынуждены сменить пароли после недавних попыток взлома» [17].

Тем не менее при всей своей, на первый взгляд, схожести с реальным миром

онлайн-мир Second Life имеет некоторые особенности, проявляющиеся в том числе и в характере взаимодействий между пользователями. Для выявления особенностей взаимодействия индивидов в социальном пространстве Second Life в рамках более масштабного интернет-пространства нами были проанализированы следующие статьи и сообщения, размещенные на официальном сайте российского сообщества резидентов проекта Second Life: <http://secondrussia.ru>:

- 1) «Будущее Second Life», 2007;
- 2) «Размышления о нубах и стариках», 2009 (сообщение пользователя Lokos);
- 3) «Дочки-матери онлайн или мечта программиста! (Первые впечатления от игры)», 2007 (сообщение пользователя Digimax);
- 4) «“Особое мнение” отца Павла (Великанова) и Олега Покровского», 2008.

В данных статьях, на наш взгляд, представлены точки зрения на характер взаимодействий между индивидами в Second Life следующих условных групп людей, имеющих непосредственное отношение к проекту: создателей, опытных пользователей, «новичков». Также нами проанализировано мнение о проекте сторонних наблюдателей – священнослужителя отца Павла (Великанова) и специалиста по интернет-технологиям Олега Покровского.

Выделим наиболее значимые характеристики социального пространства Second Life.

1. Second Life не является абсолютно уникальным пространством социальных взаимодействий. Этот проект встроен в интернет-пространство и является симуляцией реальной жизни.

2. В силу этого в Second Life в большинстве случаев воспроизводятся имею-

щие и имевшие место в реальности формы социальных отношений. Также в этом онлайн-мире имеет место социальная иерархия, имеющая те же основания, что и в интернет-пространстве в целом.

7. Темпы «социализации» и социального взаимодействия в Second Life значительно выше, нежели в реальности.

8. В большинстве случаев в Second Life невозможно создать что-то принципиально новое, только на основании созданного ранее в реальности.

9. Сообщество пользователей Second Life обладает потенциалом к самоорганизации. Это позволяет социальному пространству данного проекта развиваться самостоятельно, без внешнего вмешательства.

Выводы

На данном этапе развития онлайн-мир Second Life далек от того идеала, к которому изначально стремились его разработчики. Большинство традиционных социальных практик постепенно перемещается из реального мира в виртуальный. Причем сохраняется не только содержание подобных практик, но и форма, в которой они протекали и протекают в реальности. Подтверждением может служить тот факт, что практически все виды взаимодействий в Second Life имеют трехмерное графическое воплощение с характеристиками физического окружения, которое сопутствует этим взаимодействиям в реальности. Наиболее ярким, на наш взгляд, может служить следующий пример. В Second Life существует огромное количество территорий (локаций), воспроизводящих реально существующие города. Причем каждый из них практически полностью скопирован с реального аналога. В российском сегменте данного

онлайн-мира существуют, например, такие города, как Москва и Киев. Сегодня неправомерно говорить о формировании уникального и принципиально иного, нежели в реальности, социального пространства в рамках проекта Second Life. Тем не менее данный проект продолжает существовать и развиваться. Куда пойдет это развитие, покажет время. Тем не менее можно с уверенностью утверждать, что отношения в данном онлайн-мире, пусть даже скопированные с реальных, являются «настолько же социальными», что и в реальной жизни. Вероятно, мы имеем дело с особой формой социальной действительности – «дополненным» социальным пространством.

Литература

1. Бурдьё П. Начала: пер.с фр. – М.: SocioLogos: Фирма «Адапт», 1994.
2. Бурдьё П. Социология социального пространства / пер. с франц.; отв. ред. перевода Н.А. Шматко. – М.: Институт экспериментальной социологии. – СПб.: Алетейя, 2007. – 288 с.
3. Василькова В.В. Сети в социальном познании: от метафоры к метатеории // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2012. – Том XV. – № 5(64). – С. 11–24.
4. Дайсон Э. Жизнь в эпоху Интернет. Release 2.0 / пер. с англ. С.В. Куликовой, Н.Н. Шалтовой; под ред. А.В. Евтюпкина и Ю.А. Кузьмина. – М.: Бизнес и компьютер, 1998. – 378 с.
5. Зиммель Г. Философия денег (фрагмент) // Теория общества / под ред. А.Ф. Филиппова. – М.: Канон-Пресс-Ц, Кучково Поле, 1999. – С. 309–383.
6. Пигиатъев В.И. Информационный резонанс в социальной системе // Иден и идеалы. – 2012. – № 3(13), т. 1. – С. 92–103.
7. Кастельс М. Галактика Интернет: размышления об Интернете, бизнесе и обществе / пер. с англ. А. Матвеева; под ред. В. Харитоновой. – Екатеринбург: У-Фактория : Изд-во Гуманит. ун-та, 2004. – 328 с.
8. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
9. Общество сетевых структур: монография / под общ. ред. М.В. Ромма, И.А. Вальдмана. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2011. – 327 с.
10. Ромм М.В., Лучихина А.Ф. Зарубежные традиции исследования социальных сетей // Иден и идеалы. – 2012. – № 2(8), т. 1. – С. 77–90.
11. Ромм М.В., Ромм Т.А. Конструирование теоретических образов социальных феноменов // Вестн. Новосиб. гос. ун-та. Серия: Философия. – 2010. – Т. 8. – № 2. – С. 32–36.
12. Филиппов А.Ф. Теоретические основания социологии пространства. – М.: Канон-Пресс-Ц, 2003. – 230 с.
13. Царева А.В. Человек в сети: смена веб-поколений // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2012. – Том XV. – № 5(64). – С. 36–54.
14. Чистяков А.В. Социализация личности в виртуальном пространстве. – Ростов-на-Дону: Изд-во Рост. гос. пед. ун-та, 2006. – 183 с.
15. Шютц А. Формирование понятия и теории в общественных науках // Американская социологическая мысль: Тексты / под ред. В.И. Добренёва. – М.: Изд-во Междунар. ун-та бизнеса и управления, 1996. – С. 526–541.
16. Milgram P., Kishino A.F. Taxonomy of Mixed Reality Visual Displays // IEICE Transactions on Information and Systems, E77-D (12). – 1994. – P. 1321–1329. – [Электрон. ресурс] – Режим доступа: http://vered.rose.utoronto.ca/people/paul_dir/IEICES4/ieice.html
17. SecondRussia Сайт российского общества резидентов Second Life [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.secondrussia.ru>

“AUGMENTED” SOCIAL SPACE: NETS AND STRUCTURES OF SECOND LIFE

V.I. Ignatyev, S.A. Kuzin

Novosibirsk State Technical University

ignat@fgo.nstu.ru; ighnatiev.v@inbox.ru

ufosirius@mail.ru

The author analyzes the problem of social space, uses the categories of “social actuality” and “social reality”, analyzes the nature and mechanism of the specific social space in the Internet environment based on users’ interaction mediated by the various services: social networking multiplayer’s online games, “on-line worlds”, explores constructivist and communicative aspects of social practices formation. The author uses the example of a Second Life project of Linden Lab company, describes the most important characteristics of the so-called “online worlds” – a special kind of social networks which have been widely used in the beginning of XXI century. A detailed analysis of the conceptual foundations of Second Life and the history of the project is carried out. Based on the results of this study, it is concluded that the world online space is an “augmented” copy of real social relationships. It is the exact likeness of the typical practices of social reality, embodied in the form of three-dimensional environment, which has its own special “physical” laws and is exposed to change by the users. Users of this online world simultaneously act as a subject and an object of “augmented” social space modeling.

Keywords: social space, Internet space, “on-line world”, interactions, nets, on-line interactions, “augmented” space.

References

1. Burd’jo P. *Nachala* / P. Burd’e; per.s fr. – M.: Socio-Logos: Firma “Adapt”, 1994.
2. Burd’e P. *Sociologija social’nogo prostanstva* / per. s franc.; otv. red. pere-voda N.A.Shmatko. – M.: Institut jeksperimental’noj sociologii. Spb.: Ale-tejja, 2007. 288 p.
3. Vasil’kova V.V. *Seti v social’nom poznanii: ot metafory k metateorii* // Zhurnal sociologii i social’noj antropologii. 2012. Tom HU. № 5(64), pp. 11–24.
4. Dajson Je. *Zhizn’ v jepobu Internet. Release 2.0* / Jester Dajson; per. s angl. S.V. Kulikovej, N.N. Shaltovoj; pod. red. A.V. Evtjushkina i Ju.A. Kuz’mina. M.: «Biznes i komp’juter», 1998. 378 p.
5. Zimmel’ G. *Filosofija deneg (fragment)* // Teorija obshhestva / Pod red. A.F. Filippova. M.: Kanon-Press-C, Kuchkovo Pole, pp. 309–383.
6. Ignat’ev V.I. *Informacionnyj rezonans v social’noj sisteme* // Idei i idealy. 2012. №3(13) t. 1, pp. 92–103.
7. Kastel’s M. *Galaktika Internet: razmyshlenija ob Internete, biznese i obshhe-ste* / Manujel’ Kastel’s; per. s angl. A. Matveeva pod red. V. Haritonova. Eka-terinburg: U-Faktorija : Izd-vo Gumanit. un-ta, 2004. 328 p.
8. Kastel’s M. *Informacionnaja jepoba: jekonomika, obshhestvo i kul’tura*. M.: GU VShJe, 2000. 608 p.
9. *Obshhestvo setevyh struktur: monografija* / pod obshh. red. M.V. Romma, I.A. Val’dmana. Novosibirsk: Izd-vo NGTU, 2011. 327 p.
10. Romm M.V. *Zarubezhnye tradicii issledovanija social’nyh setej* / M.V. Romm, L.F. Luchihina // Idei i idealy. 2012. № 2(8) t. 1, pp. 77–90.
11. Romm M.V. *Konstruirovanie teoreticheskikh obrazov social’nyh fenomenov* / M.V. Romm, T.A. Romm // Vestn. Novosib. gos. un-ta. Serija: Filosofija. 2010. T. 8. № 2, pp. 32–36.
12. Filippov A.F. *Teoreticheskie osnovanija sociologii prostanstva*. M., 2003. 230 p.
13. Careva A.V. *Chelovek v seti: smena veb-pokolenij* // Zhurnal sociologii i soci-al’noj antropologii. 2012. Tom HU. № 5(64), pp. 36–54.
14. Chistjakov A.V. *Socializacija lichnosti v virtual’nom prostanstve* / A.V. Chis-tjakov; Ros.

akad. obrazovanija, juzh. otd-nie, Rostov. gos. ped. un-t. Rostov-na-Donu: Izd-vo Rost. gos. ped. un-ta, 2006. 183 p.

15. Shjutc A. *Formirovanie ponjatija i teorii v obshhestvennyh naukah* // Amerikan-skaja sociologicheskaja mysl': Teksty / pod red. V.I. Dobren'kova. M.: Izd. Mezhdunar. Un-ta Biznesa i Upravlenija, 1996, pp. 526–541.

16. Milgram P., Kishino A.F. *Taxonomy of Mixed Reality Visual Displays* // IEICE Transactions on

Information and Systems, E77-D (12), pp. 1321–1329, 1994. [Elektron. resurs] Rezhim dostupa: http://vered.rose.utoronto.ca/people/paul_dir/IEISES4/ieice.html

17. Second Russia Sajt rossijskogo obshhestva rezidentov Second Life [Elektronnyj resurs]. URL: <http://www.secondrussia.ru>