

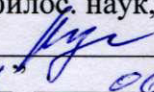
Министерство образования и науки Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии
Кафедра социальных коммуникаций (КСК)

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ В ГЭК

Руководитель ООП

д-р филос. наук, профессор

 И.П. Кужелева-Саган
“ 21 ” 06 2016 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

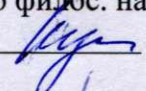
«ПОРТРЕТ» ТОМСКОГО СТУДЕНТА – ЦИФРОВОГО НОМАДА:
РЕКЛАМНО-КОММУНИКАТИВНЫЙ АСПЕКТ

по специальности 032401 – Реклама

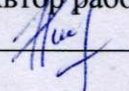
Сучкова Наталья Александровна

Руководитель

д-р филос. наук, профессор

 И.П. Кужелева-Саган

Автор работы

 Н.А. Сучкова

Томск-2016

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
1. Цифровое кочевничество как социокультурный феномен в глобальном и локальном измерениях	14
1.1 «Цифровой кочевник»: от метафорического понятия к научному термину	14
1.2 Цифровое кочевничество как явление современного сетевого информационно-коммуникативного общества	20
1.3 Типы цифровых кочевников: глобальные и локальные (городские)	30
1.3.1 Тип «глобальный цифровой кочевник – истинный нетократ»	34
1.3.2 Тип «глобальный цифровой кочевник – собиратель вакансий и впечатлений»	35
1.3.3 Тип «состоятельный городской цифровой кочевник»	37
1.3.4 Тип «молодой городской цифровой кочевник»	38
1.4 Культурно-антропологические и социально-психологические параметры цифровых номадов	40
2. Томск как пространство студенческого цифрового кочевничества	51
2.1 Город-университет: политика цифрового кочевничества vs политика седентаризма	51
2.1.1. Концепции полиса и цивитаса как отражение противостояния седентаризма и кочевничества	51
2.1.2. Оседлость и номадизм в пространстве города-университета	57
2.2 Студенчество Томска в контексте социальных практик глобального и локального цифрового кочевничества	70
2.2.1 Студенческая академическая мобильность в университетах Томска в контексте глобальных практик цифрового кочевничества	74
2.2.2. Мобильность и томские студенты: программы международного обмена	77
2.2.3. Программы дистанционного обучения и онлайн-курсы – уверенный шаг томских вузов к «кочующему» студенчеству	79
2.2.4. Томск как «оазис» для студентов - городских цифровых кочевников	82
2.3 Типичные культурно-антропологические и социально-психологические характеристики томского студента – цифрового номада	87
2.3.1 Томский студент и цифровой кочевник: идентификация и самоидентификация	88
2.3.2 Культурно-антропологический и социально-психологический «портрет» томского студента – цифрового кочевника	92
3. Томский студент – цифровой номад как объект современной рекламной коммуникации	102
3.1 Особенности рекламной коммуникации в цифровую эпоху	102
3.1.1 Социальные медиа как каналы рекламной коммуникации	103

3.1.2 Мобильные устройства и реклама	106
3.1.3 «Мессенджеры» и их возможности в рекламной коммуникации	107
3.1.4 Большие данные (Big Data) в рекламно-коммуникационных процессах	110
3.2 “Портрет” томского студента – цифрового кочевника как основание для выстраивания соответствующей рекламной коммуникации	114
Заключение	130
Список использованных источников и литературы	134
Приложения	141

ВВЕДЕНИЕ

Современное общество как сетевое информационно-коммуникативное пространство еще вчера существовало лишь в виде метафорических образов и авторских концепций ученых-футурологов, социологов и философов. Его действительное воплощение, ставшее реальностью благодаря процессам экономической, политической, культурной глобализации, цифровизации, технологизации, оказалось гораздо сложнее и двойственнее футуристических прогнозов М. Маклюэна, Э. Тоффлера, Г. Кана. Сетевое информационное общество сегодня являет собой сложную структуру коммуникационных узлов, каналов и потоков, заключающую в себе как бесконечно растущее число возможностей, так и большое количество непредсказуемых и не поддающихся контролю угроз и рисков. Основными параметрами, характеризующими его сущностную природу, являются: разрушение пространственно-временных границ; увеличение возможностей, степени мобильности и скорости потоков, перемещающих людей, объекты, информацию, образы; усиление роли беспроводных систем и цифровых технологий; развитие Интернета до сети глобального значения.

Под влиянием изменений реальности формируется новый тип личности человека, его новый культурно-антропологический и социально-психологический портрет. Этот человек существенно отличается от представителей техногенно-индустриального века и сочетает в себе перманентное стремление к свободе; адаптивность и способность к быстрой смене социальных, культурных, деятельностных и профессиональных ориентиров; динамичность и инициативность в ситуациях, когда отсутствуют алгоритмы действий и готовые решения. Он утрачивает прежнюю идентичность и ранее значимые связи с нормами и ценностями, взглядами и идеалами, целостностью и функциональной определенностью бытия, обретая свободу выбора, безграничные возможности мобильности и умножая свои сущности в пространствах «виртуальной реальности» и «реальной виртуальности». Результатом подобных трансформаций и преобразований становится появление и развитие новых социально-психологических и культурно-антропологических типов современного человека, среди которых важное место занимает *цифровой кочевник/номад*.

Идея «нового кочевничества» находит свое воплощение еще в 60-е годы XX века в работе известного философа, теоретика средств коммуникации М. Маклюэна. Немногим позднее, в 70-80-х годах, она (идея) превращается в одну из самых обсуждаемых концепций постмодернизма – «Номадологию» Ж. Делеза и Ф. Гваттари. Как Делез и Гваттари, так и Маклюэн наделяют новых кочевников чертами более ранних предшественников, однако их представления существенно рознятся. Номад у Маклюэна – метафорический образ, тождественный древним собирателям и отличающийся от них лишь объектом своего стремления. В подобном качестве

выступает информация как одно из основных средств существования в эпоху электронных медиа.

Гораздо более политизированным предстает кочевник в концепции французских философов. По мнению Делеза и Гваттари, именно номад, «вооруженный» информацией, трансформирующейся в знание, сможет разрешить вечный конфликт между властью Государства и свободой личности, имеющий многовековую историю.

Рассмотренные подходы в силу своей прогностической точности, опережающей время на несколько десятков лет, а также ввиду уникальности взглядов авторов могут быть признаны основополагающими, породившими самостоятельное направление философской мысли – номадологию. Образ номада/кочевника еще не раз был рассмотрен и использован авторами философских, социологических теорий и концепций (например, концепция «номадического капитализма» Р. Уильямса (Williams, 1989), «номады постмодерна» у З. Баумана (Bauman, 1993a), «взаимосвязанный номадизм» у Р. Брайдотти (Braidotti, 1994)), однако предстал в новом воплощении – идее цифрового/электронного кочевничества - на рубеже XX-XXI вв. в результате появления и массового распространения сети Интернет, цифровых технологий и различных мобильных средств связи.

Так, французский экономист и писатель Ж. Аттали в книге-эссе «На пороге нового тысячелетия» представляет номада как активного участника экономических и политических процессов в современном обществе, где решающую роль играет культура потребления и территориальная принадлежность, данная субъекту по праву рождения. Исходя из последнего фактора, Аттали выделяет «богатых номадов» и «бедных кочевников» - «потребителей из привилегированных регионов мира» и жителей «испытывающей нужду периферии», бегущих прочь в поисках пропитания и крова. И те, и другие делают выбор между открывающимися возможностями и привычным укладом жизни в пользу номадических предметов – портативных компьютеров, сотовой связи, ручных часов, - способных воплотить в жизнь их столь различные желания ценой утраты традиционной привязанности к семье, общине, стране. Подобный выбор, по мнению Аттали, может стать губительным для современного человека, который в результате многогранной культурной мутации и сам имеет шанс превратиться в «кочевой предмет».

У. Митчелл, автор одной из наиболее поздних работ, посвященных изменениям, происходящим в обществе в результате внедрения цифровых и сетевых технологий, - книги «Я++: Человек, город, сети», отождествляет нового кочевника с образом электронно-кочевого киборга. Цифровой номад Митчелла – человек, органы чувств которого больше не ограничены пространственными, временными и иными границами. Под воздействием сверхминитюаризации, дематериализации, цифровых технологий и беспроводных систем он превращается в «текущий» объект, включаемый во множество подверженных изменениям

социально-экономических структур, синхронных процессов с бесконечным количеством ролей и функций.

Однако появление научного термина «цифровой номад», отражающего личностную и социокультурную природу действительного субъекта общественных отношений и реального «героя современности», связано, прежде всего, с выходом книги Ц. Макимото и Д. Мэннерса «Цифровой кочевник» («Digital Nomad») в конце 1990-х годов XX века. Авторы наделяют его следующими смыслами: это человек, обладающий способностью неограниченного перемещения в пространстве-времени ввиду использования мобильной сотовой связи и Интернет-технологий. Таким образом, основными характеристиками цифрового кочевничества становятся мобильность (не только физическая и реальная, но и виртуальная) и постоянная подключенность к Сети, что определяет его принадлежность исключительно сетевому информационно-коммуникативному обществу.

Современный – цифровой – номадизм, в отличие от иных социальных «трансформаций» нового века, среди которых фрилансинг, нетворкинг, дауншифтинг и др., распространяется на все сферы деятельности и социальной активности индивида, представляя собой образ или стиль жизни новой «номадической эпохи». Динамично развиваясь, он находит воплощения как в глобальных, детерриториализованных, интернациональных и межкультурных практиках «кочевания», так и в локальных пространствах, приближая жителей городов как представителей сетевого общества к образам городских цифровых кочевников. Характер подобных процессов, их частичная территориальная, культурная, этническая и т.д. принадлежность позволяют предполагать существование различных форм и видов последствий для отдельных государств, регионов и даже городов как социальных систем.¹

Так, для Томска как научно-образовательного центра в «гипериндустриальную эпоху» (Ж. Аттали) наступает время необходимых изменений и трансформаций, где главной целью становится избавление от локальных границ и включение в глобальную коммуникационную сеть. Томские университеты как «градообразующие предприятия» сегодня стремятся к формированию мультикультурной и международной среды в пределах своего образовательного пространства и приближению города-университета к образам «оазиса» и «коммуникационного хаба». Формирующиеся в результате подобных процессов коммуникационные потоки и каналы с каждым днем увеличивают плотность, подключая к себе представителей научно-образовательного, студенческого сообщества и отдаляя от долгое время доминировавших в социальном пространстве принципов седентаризма (оседлости).

В условиях социальных, культурных, экономических и иных трансформаций, происходящих в сибирском научно-образовательном центре, наиболее подверженными

¹ Родионова Л.А. Город как социальная система. Харьков: ХНАГХ, 2008. – 99 с.

влиянию глобального социокультурного явления цифрового кочевничества и номадических воззрений становятся представители студенческого сообщества Томска. Именно в современной студенческой среде мы можем уже сегодня прогнозировать приближение «кочевого» мировосприятия и образа жизни. Основой для данных прогнозов выступают следующие факторы:

- Расширение диапазона возможностей академической мобильности, программ международного студенческого обмена, волонтерских и профессиональных стажировок, дистанционного образования и онлайн-курсов, доступных для студентов томских университетов на сегодняшний день способствует увеличению мобильности представителей данного сообщества и интернационализации томского студенчества.
- Становление современных томских студентов как цифровых аборигенов² - одной из наиболее мобильных социальных групп сетевого информационно-коммуникативного общества. Ключевыми стремлениями, определяющими их жизненные стратегии, выступают свобода и скорость, инновации и развлечения, знания и образование, саморазвитие и самореализация, а также право на личное социальное пространство и неприкосновенность.
- Формирование и развитие «кочевой» инфраструктуры в городском пространстве Томска (коворкинг-зон, библиотек, кафе с доступным подключением к Сети и иных «третьих мест» - пространств, совмещающих работу и досуг) способствует номадизации студенчества города-университета.

В подобных условиях все большую актуальность приобретает рассмотрение томского студенческого сообщества в контексте глобальных и локальных практик цифрового номадизма и исследование действительных воплощений образов цифровых кочевников в лицах учащихся университетов научно-образовательного центра.

Томские студенты как одна из ключевых аудиторий и ведущих социальных групп города-университета являлись объектом внимания всех структур, институтов, коммуникационных течений с момента его становления как центра сибирской науки. Их интересы, ценности, потребности, образ жизни становились векторами, определяющими направления развития социального пространства и городской инфраструктуры, образования и науки, экономики и рынка. Кроме того, представляя собой одну из наиболее активных групп потребителей, студенты Томска определяли судьбу компаний и организаций, производящих товары и предоставляющих услуги в городе-университете.

² «Цифровые аборигены vs цифровые иммигранты» - двойная метафора М. Пренски. «Аборигены», по мнению автора, всегда будут превосходить «иммигрантов» в скорости, эффективности и высокой степени грамотности использования технических и технологических возможностей сетевого общества. (см. §2.2)

Столь важная и влияющая на происходящие процессы и принимаемые решения часть городского социума не могла не стать одной из наиболее привлекательных и заслуживающих внимания целевых групп и для рекламных коммуникаций. Однако сегодня, в результате перехода общества к новой – сетевой и информационно-коммуникативной – модели, в томском студенческом сообществе как одной из наиболее мобильных и адаптивных социальных групп происходят многочисленные изменения. Под влиянием зарождающихся и развивающихся явлений, в числе которых важное место занимает цифровой номадизм, трансформируются нормы и ценности, взгляды и предпочтения, образ жизни и мировоззрение студентов Томска.

Многие представители студенческой общности все больше приближаются к образам цифровых номадов как представителей глобального явления цифрового кочевничества. Следовательно, ключевым требованием времени и вызовом для всех структур, систем и видов деятельности (в том числе и в первую очередь – для рекламы) становится изучение томских студентов – цифровых номадов как отдельной социальной группы, отличающейся уникальными социально-психологическими и культурно-антропологическими чертами, характеристиками, а значит, потребностями, объектами и предметами, средствами и методами их удовлетворения.

Несмотря на активное развитие и глобальное распространение социокультурных практик цифрового кочевничества, сущность данного явления, природа сопровождающих его изменений и трансформаций, отражающихся на мировосприятии и образе жизни представителей сетевого общества, не часто становились объектами научных исследований. На сегодняшний день большинство авторских концепций носят философско-прогностический и социально-футурологический характер, а частичная изученность отдельных аспектов цифрового номадизма (материальной природы повседневности, языка и др.) подтверждает отсутствие целостного научного представления о феномене. При этом цифровые кочевники не удостоивались серьезного внимания исследователей в качестве объектов рекламных коммуникаций. Кроме того, воплощения цифрового номадизма в социальном пространстве города-университета и в студенческой среде как наиболее подверженной влиянию глобализационных процессов и социокультурных трансформаций до настоящего момента также не рассматривались. В данных аспектах воплощается основная **проблема**, на решение которой направлено данное исследование. Его **целью** стало выявление культурно-антропологических и социально-психологических характеристик томского студента – цифрового номада как объекта рекламной коммуникации.

Объект исследования: цифровое кочевничество как социокультурный феномен, **предмет** – культурно-антропологический и социально-психологический «портрет» томского студента – цифрового номада как объекта рекламной коммуникации.

Задачи:

1. Рассмотреть поэтапное развитие метафорического понятия «новый кочевник» (М. Маклюэн, Ж. Делез, Ф. Гваттари, В. Флюссер) до научного термина «цифровой номад» (Ц. Макимото, Д. Мэннерс);
2. Провести анализ цифрового номадизма как уникального социокультурного явления сетевого информационно-коммуникативного общества;
3. Изучить авторские подходы зарубежных и отечественных исследователей к типологизации цифровых кочевников как представителей сетевого информационно-коммуникативного общества и обозначить в качестве базового наиболее эффективный в контексте исследования глобальных и локальных воплощений цифрового номадизма, а также позволяющий рассматривать студентов в роли действительных представителей данного явления;
4. На основе изученных научных и научно-популярных источников, а также текстового и видео-контента в сети Интернет определить сущность феномена цифрового номадизма и ключевые культурно-антропологические и социально-психологические параметры цифрового кочевника;
5. Выделить культурно-антропологические и социально-психологические черты и характеристики цифровых номадов, которые могут быть использованы для достижения цели исследования;
6. Рассмотреть Томск как место оседлого пребывания в индустриальную эпоху и социально-коммуникативное пространство в контексте сетевого общества;
7. Проанализировать студенческую среду Томска как благоприятную для развития феномена цифрового номадизма и описать современные условия существования студентов – цифровых кочевников в городе-университете (в том числе провести краткий анализ «кочевой инфраструктуры»);
8. Определить уровень осведомленности студентов Томска о явлении цифрового номадизма, его глобальных и локальных воплощениях;
9. Установить, как образ цифрового кочевника воспринимается, идентифицируется, осознанно и бессознательно отождествляется с образом «Я» представителей данной группы общественности Томска;
10. Исследовать воплощения «кочевого» образа жизни в студенческой среде Томска, выявить социально-психологические и культурно-антропологические черты и характеристики томского студента-номада;

11. Соотнести результаты исследования с ключевыми социально-психологическими и культурно-антропологическими характеристиками действительных глобальных и локальных цифровых кочевников;

12. Рассмотреть особенности рекламной коммуникации в сетевом информационно-коммуникативном обществе и провести анализ актуальных направлений развития современного рекламного рынка;

13. На основе ключевых культурно-антропологических и социально-психологических черт и характеристик, составивших «портрет» томского студента – цифрового кочевника, разработать рекомендации для выстраивания эффективной рекламной коммуникации с данной группой как целевой аудиторией.

Данные задачи решались в рамках следующей развернутой **гипотезы**:

Положение 1: В студенческой среде Томска феномен цифрового номадизма находится на начальной стадии развития, однако часть характеристик, отличительных особенностей образа жизни цифровых кочевников уже можно встретить и у томских студентов. При этом не происходит объективной идентификации и самоидентификации, но наблюдается бессознательная самопрезентация в образе цифрового номада.

Положение 2: Факторы внешней среды, социальный контекст накладывают отпечаток на сознание студенческой молодежи Томска, в результате чего происходит «мутация» цифрового кочевничества как социального явления. Следовательно, томский студент-номад в определенной степени отличается (обладает рядом уникальных социально-психологических и культурно-антропологических характеристик) от цифрового кочевника в глобальном пространстве.

Положение 3: Томские студенты-номады обладают рядом уникальных характеристик, ценностных ориентаций, мировоззренческих установок, потребностей, что позволяет рассматривать их как особую большую неорганизованную социальную группу и целевую аудиторию в контексте рекламной коммуникации.

Теоретико-методологические основы исследования:

Концепции сетевого информационно-коммуникативного общества («общества-Сети») (Г. Кан, М. Кастельс, М. Маклюэн, Э. Тоффлер), «нетократического» общества (А. Бард, Я. Зодерквист), «общества риска» (У. Бек), мондиалистская концепция Ж. Аттали, концепция «текучей современности» З. Баумана дают возможность оценить условия возникновения и развития социокультурного феномена цифрового номадизма с различных позиций, составить наиболее полное представление об объекте исследования, его характеристиках в среде происходящих изменений.

Основой теоретико-методологического комплекса для составления и анализа «портрета» томского студента – цифрового кочевника стали социально-психологический (Г.Г. Дилигенский, Л.С. Выготский, С. Московичи, Г.М. Андреева) и культурно-антропологический (Р. Познер) подходы. Потенциал социально-психологического подхода к исследованию больших неорганизованных социальных групп заключается в возможности изучения закономерностей «возникновения, функционирования и проявления психологических явлений, которые представляют собой результат взаимодействия людей (и их групп) как представителей различных общностей».³ Обращение к методам социальной психологии в контексте данного исследования обусловлено необходимостью составить представление о личностной природе, закономерностях восприятия, поведения и деятельности цифрового кочевника, а также особенностях общения, отличающих цифровых номадов как представителей большой неорганизованной социальной группы⁴ и части глобального сетевого общества.

Согласно подходу Р. Познера, культурная антропология является одной из трех субдисциплин, формирующих целостную структуру антропологии как науки. Объектом внимания на данном антропологическом уровне выступает менталитет или духовная культура общества. Изучение различных аспектов данной предметной области (культуры повседневности, коллективной/исторической памяти, ценностных представлений и ориентаций и др.) позволяет не только исследовать культурно-антропологическую сущность объекта внимания – студента-номада, - но и, в соответствии с подходом автора, рассмотреть полученные на данном уровне исследования результаты в контексте социальной и материальной антропологии как субдисциплин, обеспечивающих системную антропологическую целостность.

Использование социокультурного и исторического подходов обусловлено необходимостью комплексного рассмотрения ряда факторов в качестве условий, предпосылок и контекста развития феномена цифрового номадизма как объекта исследования и воплощений цифрового кочевничества в студенческой среде Томска как предмета.

Концепции греческого полиса и римского цивитаса использованы как универсальные модели, отражающие сущностную природу противостояния седентаризма и кочевничества как идеологических основ организации социальных (и в первую очередь – городских) пространств.

Для решения конкретных задач в рамках исследования также использовались: деятельностный подход, терминологический анализ, методы анализа социального контекста

³ В.Г. Крысько

⁴ Большая неорганизованная социальная группа (Дилигенский Г.Г., Выготский Л.С.) - социальная общность, члены которой, не имея непосредственных контактов между собой, связаны опосредованно психологическими механизмами групповой коммуникации. (Большие социальные группы [Электронный ресурс]: База знаний по психологии, философии, праву, экономике, маркетингу / Гуманитарно-правовой портал. URL: <http://psyera.ru/2835/bolshie-socialnye-gruppy> (дата обращения: 15.05.16))

(Г.М. Андреева). Так, деятельностный подход позволил рассматривать идентичность как продукт активного взаимодействия человека с окружающей действительностью. Терминологический анализ применялся для решения одной из первостепенных задач – изучения и разработки понятийного аппарата исследования. Анализ социального контекста позволил рассмотреть зависимость между геополитическими, экономическими, социально-психологическими, культурно-историческими, технологическими условиями развития отдельных государств, регионов, городов и степенью влияния глобализационных процессов, развитием порождаемых социальных явлений в заданных пространствах.

Теоретическая значимость исследования:

В результате исследования впервые рассмотрено влияние глобального явления цифрового нomaдизма на студенческую молодежь Томска. Проведен анализ социальной среды, позволивший выявить преимущества и недостатки исследуемого пространства, оказывающие влияние на возникновение и благоприятствующие или замедляющие развитие цифрового кочевничества. Полученные данные позволили:

- сделать вывод о реальном существовании «протопрактик» и практик цифрового нomaдизма в студенческой среде Томска, представители которой не осведомлены о данном явлении и не идентифицируют себя в роли цифрового кочевника (или делают это недостаточно четко), однако демонстрируют черты и характеристики, ценностные ориентации и образ жизни, соответствующие образам молодых городских цифровых нomaдов;

- создать социально-психологический и культурно-антропологический «портрет» томского студента-кочевника – социального субъекта, обладающего как соответствующими образу цифрового нomaда, так и уникальными характеристиками.

Результаты исследования вносят вклад в изучение глобального явления цифрового кочевничества и его локальных воплощений, а также позволяют оценить значимость и необходимость рассмотрения его представителей в качестве объектов рекламной коммуникации.

Практическая значимость исследования:

Социально-психологический и культурно-антропологический «портрет» томского студента-нomaда может быть использован субъектами рекламных коммуникаций – рекламными агентствами, рекламно-информационными отделами высших учебных заведений и иными – в качестве ресурса для выстраивания эффективной коммуникации со студентами-нomaдами как целевой аудиторией, отличающейся уникальным потребительским поведением, предпочтениями и восприятием.

Апробация результатов: Промежуточные результаты дипломного исследования были отражены в докладе, представленном в рамках следующих мероприятий:

- Третьей Международной трансдисциплинарной научно-практической Веб-конференции «Connect-Universum – 2016», 24-26 мая 2016 г.;
- Креативной сессии «Позиционирование и продвижение Центра исследования ТГУ «Транссибирский научный путь» (TSSW): базовые основания, актуальные подходы, уникальные возможности», 7 июня 2016 г.

Структура работы: Дипломная работа состоит из введения, трех глав (девяти параграфов), заключения, приложений и списка литературы (131 источник).

1. Цифровое кочевничество как социокультурный феномен в глобальном и локальном измерениях

1.1. «Цифровой кочевник»: от метафорического понятия к научному термину

Глубина понимания социальных, культурных процессов, общества в целом, наши представления о сущности бытия отражаются в метафорических образах. С древних времен обращение к метафорам остается одним из наиболее эффективных способов восприятия и осознания человеком действительности. По мнению испанского философа и социолога Х. Ортега-и-Гассета метафора являет собой одно из важнейших орудий интеллекта, и лишь с его помощью возможно достижение удаленных границ нашего концептуального поля и ментального горизонта. При этом важно, что метафорическое мышление суть целостное осмысление опыта – процесс, предполагающий участие всех уровней сознания человека, а не только его рациональности.

Подобная позиция находит отражение в гносеологической сущности метафоры, которая состоит в установлении соответствий, сходств и аналогий в образных структурах, представленных внешне отдаленными понятиями. Таким образом становится возможным обогащение смыслового поля рассматриваемого объекта путем обращения к дополнительной системе смыслов. Результат подобного процесса – не только обновление языковых ресурсов, но многочисленные следствия, порождаемые метафорическими высказываниями и актуализирующие возможности предвидения, предвосхищения будущих исследовательских проектов и новых научных горизонтов. Отсюда, особое значение метафорическое мышление и порождаемые образы приобретают в контексте смены научных и философских парадигм, представляя собой первую ступень на пути к новому знанию.

Безусловно, каждый метафорический образ есть в первую очередь отражение взгляда автора на рассматриваемый объект сквозь призму субъективного опыта и разного рода контекстуальных факторов. Однако в тот момент, когда авторский образ обретает форму метафорического высказывания, он теряет принадлежность, начиная свой путь в качестве самостоятельной смысловой единицы. Его дальнейшая судьба во многом зависит от глубины потенциала, заложенного автором и декодируемого внешней аудиторией, а также от степени истинности и перспективности авторского взгляда на объект, отраженный в высказывании.

Так, ряд метафор приобрели значимость сравнительно недавно, в первую очередь под влиянием глобализационных процессов, происходящих в обществе со второй половины XX века, однако на сегодняшний день занимают важное место в научном дискурсе. Речь идет о различных образах мобильности, среди которых важное место занимает метафора «цифровой кочевник» (digital nomad – англ.) и производные от неё.

Кочевничество или номадизм как образ жизни всегда интересовали представителей различных направлений научного познания, становясь объектами исследований и анализа ученых – историков, философов, географов и т.д. Например, в трактате «Номадизм, или Импульс странствия и его связь с наследственностью» представитель научного направления экспериментальной эволюции Ч. Давенпорт исследует генетическую природу тяги к паломничеству, отождествляя потребность в кочевой жизни, свойственнуюномадам, с «инстинктом странствия», присущим перелетным птицам. Подобная связь, как утверждает Давенпорт, заложена в генетическом коде «людей пути» и передается от родителей детям, которые от рождения лишены возможности обрести дом и найти свое место в обществе.⁵

Однако в 60-е годы XX в. в работе известного философа и теоретика средств коммуникации М. Маклюэна находит воплощение новый, метафорический образ кочевника/номада. Немногим позднее, в 70-80х годах, данная метафора становится основополагающей для создания одной из самых обсуждаемых концепций постмодернизма – «номадологии» Ж. Делеза и Ф. Гваттари. Как Делез и Гваттари, так и Маклюэн наделяют новых кочевников чертами более ранних предшественников, однако их образы существенно разнятся. Новый кочевник Маклюэна – искатель информации как одного из главных средств существования в эпоху электронных медиа. В подобном амплуа современный номад – образ, тождественный древним собирателям и отличающийся от них лишь объектом стремления.

Гораздо более политизированным выступает кочевник в концепции французских философов. Здесь метафора номадизма обретает новые смыслы и рассматривается в ином измерении: кочевник – уже не собиратель информации, но «воин свободной мысли», способный противостоять и разрушить аппарат государственной власти – систему норм, ценностей, правопорядка. В данном случае новый кочевник – прототип представителя древней культуры, обладавшей потенциалом создания «силы», разрушавшей империи. По мнению Делеза и Гваттари, именно новый кочевник может разрешить вечный конфликт между властью Государства и свободой личности, имеющий многовековую историю.

Едва ли не в прямо противоположном взглядам Делеза и Гваттари образе представлен новый кочевник в работе немецкого философа В. Флюссера. Здесь автор отождествляет метафорический образ нового номада с греческими представлениями о кочевнике – человеке, находящемся в постоянном «поиске установленных для него границ и пределов, в поиске региона или места, в котором он мог иметь законное положение»⁶. Использование метафоры номадизма в контексте современного общества обусловлено, по мнению Флюссера, именно

⁵ Davenport C.B. Nomadism, or The Wandering Impulse, with Special Reference to Heredity // Davenport. The Feebly Inhibited. Washington, 1915. P. 26

⁶ Flusser. Nomads // The Freedom of the Migrant. P.46

вынужденной потребностью в поиске смысловых границ, которые позволят понимать кочевой образ жизни без обращения к «той или иной форме варварства, дикости и цивилизационного шума».⁷

Итак, авторские метафорические образы нового кочевника/номада различны и противоречивы. Однако общего в них больше, чем может показаться. И в первую очередь это смысловая основа всех рассмотренных метафор: путь для нового кочевника, как и для его предшественников, - не процесс, а скорее состояние. Следовательно, основной характеристикой, отражающей образ жизни новых кочевников (пока лишь в качестве авторских метафор) является *абсолютная мобильность*.

Дальнейшее развитие метафора нового кочевничества/номадизма находит в книге-эссе «На пороге нового тысячелетия» французского экономиста и писателя Ж. Аттали. Здесь кочевник уже не герой социально-футурологических и философско-прогностических концепций, но участник реальных и действительных современных общественных процессов. Аттали представляет метафору номадизма в трех измерениях: в качестве смыслового отражения природы и сущностных характеристик портативных предметов будущего – «номадических предметов»; как образ представителей нового тысячелетия («богатые номады», «бедные кочевники», «кочевой человек»); как смысловое обличие культуры потребления и стиля жизни нового времени («кочевая жизнь»)⁸.

«Кочевой человек» в данном контексте – активный участник экономических и политических процессов в современном обществе, где ведущая роль отведена культуре потребления и территориальной принадлежности, данной субъекту по праву рождения. Именно последний фактор становится основой для выделения «богатых номадов» и «бедных кочевников» - «потребителей из привилегированных регионов мира» и жителей «испытывающей нужду периферии», бегущих прочь в поисках пропитания и крова. И те, и другие делают выбор между открывающимися возможностями и привычным социальным укладом в пользу кочевой жизни (в первую очередь – неограниченных возможностей различных форм перемещения) и номадических предметов – портативных компьютеров, сотовой связи, ручных часов, - способных воплотить в жизнь их столь различные желания ценой утраты традиционной привязанности к семье, общине, стране. Подобный выбор, по мнению Аттали, может стать губительным для современного человека, который в результате многогранной культурной мутации и сам имеет шанс превратиться в кочевой предмет.

⁷ Ушакин С. О людях пути: номадизм сегодня. [Электронный ресурс]// Электрон. журн. - Ab Imperio, 2012. №2. - URL: <http://net.abimperio.net/node/2639>

⁸ Аттали Ж. На пороге нового тысячелетия./ Ж. Аттали- М.: Международные отношения, 1993.

Итак, в работе Ж. Аттали образ нового кочевника обретает новые, ранее не рассматриваемые черты и смыслы: к мобильности как его базовой характеристике добавляется *зависимость от цифровых технологий* – результата развития современного общества. Образ нового номада/кочевника еще не раз был рассмотрен и использован авторами философских, социологических теорий и концепций (например, концепция «номадического капитализма» Р. Уильямса (Williams, 1989), «номады постмодерна» у З. Баумана (Bauman, 1993a), «взаимосвязанный номадизм» у Р. Брайдотти (Braidotti, 1994)), однако предстал в новом воплощении на рубеже XX-XXI вв. в результате появления и массового распространения сети Интернет, беспроводной связи и самых различных цифровых технологий.

Так, в конце 90-х годов Ц. Макимото и Д. Мэннерс вводят новый метафорический термин: «цифровой кочевник».⁹ Авторы наделяют его следующими смыслами: это человек, обладающий способностью неограниченного перемещения в пространстве-времени ввиду использования мобильной сотовой связи и Интернет-технологий. Таким образом, основными характеристиками цифрового кочевничества становятся мобильность (уже не только физическая и реальная, но и виртуальная) и постоянная подключенность к Сети, а идея Ж. Аттали находит словесно-терминологическое воплощение.

Дальнейшее развитие цифрового кочевничества мы можем наблюдать уже в двух плоскостях: 1) в пределах научно-гуманитарного и публицистического дискурса; 2) в пространстве современного сетевого информационно-коммуникативного общества с его реальной виртуальностью и виртуальной реальностью. Как отмечает современный философ Р. Брайдотти, «существование вне устойчивых границ, будь то турист, странник, мигрант, экспат (иностраный специалист), финансовый эксперт по глобальным венчурным проектам, - это уже не метафоры, это реальные социальные положения».¹⁰ И цифровой кочевник в один момент отступает от своего метафорического образа, становясь реальным субъектом общественных отношений и развиваясь по своим законам, неподвластным контролю взглядов и личного опыта авторов метафор. Таким образом, метафорическое понятие обретает жизнь и возвращается в поле академического дискурса уже в роли научного термина, определяющего явление сетевого информационно-коммуникативного общества.

Распространение и развитие реальных практик цифрового номадизма способствует увеличению количества условных выражений, полностью или частично отражающих суть подобного социокультурного явления. Так, термин «электронный кочевник» представляется нам полным синонимом «цифрового номада», поскольку смысловой основой в данном случае выступают те же ключевые характеристики: мобильность, подключенность к Сети и

⁹ Makimoto T. Digital Nomad. / T. Makimoto, D. Manners - Wiley, New York, 1997.

¹⁰ Braidotti R. Introduction // Nomadic Theory. P. 14

использование современных технологических возможностей (или, в соответствии с формулировкой автора термина, «десятков «умных» устройств»¹¹). Признавая смысловую тождественность рассматриваемых терминологических единиц, в данной работе мы все же предполагаем предпочтительным использование термина «цифровой кочевник». Основой для подобного выбора становится происхождение понятий. Именно авторы метафорического образа и, в дальнейшем, научного термина «цифровой номад» - Ц. Макимото и Д. Мэннерс – сосредоточили внимание на изучении цифрового кочевничества как уникального социокультурного явления сетевого общества и новой идентичности, в то время как Ж. Аттали и У. Митчелл, использующие понятие «электронный кочевник», рассматривали множество аспектов трансформации общественных структур в цифровую эпоху.

К явлениям, формирующимся в аналогичных условиях, обладающим сходными с цифровым номадизмом характеристиками и тем не менее значительно отличающимся и не тождественным ему, относятся фрилансинг¹² и дауншифтинг.¹³ Каждое из них основано, прежде всего, на принципе абсолютной свободы, приобретающем все большую популярность в современном обществе: для фрилансинга характерно стремление к свободной работе, для дауншифтинга – свобода от ложных целей и ценностей, а для цифрового кочевничества – свобода реального и виртуального перемещения (мобильность). Однако в целом они представляют собой различные социокультурные явления современного общества, отражающие определенный образ жизни его представителей. При этом важно, что человек может сочетать в себе черты и характеристики, быть представителем каждого из них в разной степени одновременно (цифровой номад может быть фрилансером (см. §1.3.,1.4.), дауншифтер – цифровым кочевником и т.д.).

Итак, метафорический образ цифрового номада, начавший путь своего развития, смыслового наполнения и содержательного углубления с авторского понятия «новый

¹¹ Митчелл У. Дж. Я++: Человек, город, сети / У. Дж. Митчелл; пер. с англ. Д. Симановского. - М.: Strelka Press. - 2012.

¹² **Фрилансинг** (англ. *freelancing* (*freelance*), работающий без контракта, свободная работа) – организация рабочего процесса по принципу «свободного художника», где частный специалист самостоятельно занимается поиском заказов и клиентов, выбором рабочего пространства и регулированием количества одновременных источников дохода. Фриланс особенно распространен в таких областях деятельности, как журналистика (и другие формы деятельности, связанные с написанием текстов), юриспруденция, компьютерное программирование, архитектура, дизайн (реклама, веб-дизайн, дизайн интерьера и т. д.), перевод, фото- и видеосъемка. (Википедия : [Электронный ресурс] : Свободная энциклопедия. URL:<https://ru.wikipedia.org/wiki/Фрилансер>, <http://ehto-eto-takoe.ru/freelance> (Дата обращения 14.04.16))

¹³ **Дауншифтинг** (англ. *downshifting*, переключение автомобиля на более низкую передачу, а также замедление или ослабление какого-либо процесса) – термин, обозначающий человеческую философию «жизни ради себя», «отказа от чужих целей». Человек, придерживающийся подобных взглядов и образа жизни, склонен отказываться от стремления к пропагандируемым общепринятым благам, наподобие карьерного роста, постоянного увеличения материального капитала и т.д., ориентируясь на удовлетворение личных желаний и стремлений. (Википедия : [Электронный ресурс] : Свободная энциклопедия. URL:<https://ru.wikipedia.org/wiki/Дауншифтинг>, <http://samopoznanie.ru/schools/daunshifting/> (Дата обращения: 14.04.16))

кочевник» М. Маклюэна и в течение нескольких десятилетий являвший собой уникальный инструмент в руках ведущих ученых – философов, футурологов, социологов и др. (Ж. Делеза, Ф. Гваттари, В. Флюссера, Ж. Аттали, Р. Уильямса, З. Баумана, Р. Брайдотти, Ц. Макимото, Д. Мэннерса и др.), в сетевом информационно-коммуникативном обществе находит воплощение в глобальном социокультурном явлении. Цифровой номад современности – уже не герой авторских рассуждений и не образный «сосуд», способный вобрать в себя множество смыслов, идей и ролей, но человек – реальный субъект современного социума, отличающийся мобильностью и подключенностью к Сети как ведущими потребностями и характеристиками. Следовательно, мы можем говорить о трансформации метафорического понятия, столь популярного и широко используемого в академическом дискурсе начиная с 60-х гг. XX в., в научный термин «цифровой номадизм» как отражение уникального явления сетевого общества. Цифровой кочевник, таким образом, становится объектом, требующим внимательного, последовательного и целостного трансдисциплинарного изучения.

1.2. Цифровое кочевничество как явление современного сетевого информационно-коммуникативного общества

Идея рассмотрения глобализации, технологизации и цифровизации как процессов, трансформирующих структуру и сущностную природу общества, начинает интересовать ученых-футурологов уже во второй половине XX века. Так, уже упоминавшийся выше, канадский философ М. Маклюэн еще в 60-е годы XX века прогнозировал превращение социума в «глобальную деревню» - пространство господства электронных средств массовой коммуникации. Авторское видение современного этапа развития общества и его будущего содержало идею возвращения к первобытной культуре в том смысле, что устно-эмоциональные формы коммуникации вновь обретут прежнее значение, возвращая людям целостность и многомерность чувственного восприятия окружающего мира. Ведущая роль в современном обществе принадлежит, по мнению Маклюэна, электронным СМИ и техническим средствам, способным сокращать пространственно-временные пределы и заменить однолинейные отношения множественными. В результате подобных процессов человек обретает принадлежность к глобальным сетям радио- и телевизионных связей ценой потери индивидуальности, свойственной ему как представителю письменно-печатной культуры.¹⁴

По мнению американского футуролога Г. Кана, сущность постиндустриального общества отражается скорее не в метафоре «глобальная деревня», а в его авторском образе – «глобальном метрополисе». Метрополис Кана – пространство, в котором нет места родственным связям и традиционному общинному строю, свойственным деревне. Для информационного общества, по мнению автора, скорее характерно смешение различных культур, народностей, а вместе с ними и обычаев, традиций, языков, существующих независимо друг от друга. Рыночные отношения представляются основой, формирующей общество «глобального метрополиса», где главным приоритетом выступает право на частную жизнь.¹⁵

Американский философ, социолог и футуролог Э. Тоффлер представлял воплощение будущей структуры информационного общества в образах «электронных коттеджей» - пространств удаленного и независимого существования семей. Тоффлер отмечает, что в индустриальную эпоху семья как малая ячейка общества практически утратила свою значимость ввиду существенного уменьшения роли частной жизни и дома как единого социального пространства. Новые технические возможности информационной эпохи, в том числе компьютеры и средства связи, содержат в себе потенциал освобождения общества и перенаправления всех, в том числе и производственных, процессов в единое пространство

¹⁴ Маклюэн М. Понимание медиа: Внешние расширения человека / М. Маклюэн, пер. с англ. В.Г. Николаева. — М.: «Жуковский: Канон-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003.

¹⁵ Kahn H. Things To Come. Thinking about the Seventies and Eighties./H. Kahn, B. Bruce-Briggs. - New York: MacMillan, 1972.

«электронного коттеджа». Ускорение информационных потоков, отсутствие необходимости во временных затратах на пространственное перемещение – факторы, способные, по мнению Тоффлера, обеспечить людям будущего социальный комфорт, возродить стремление к частной жизни и восстановить значение семейных отношений.¹⁶

Как мы можем заметить, футурологические взгляды ученых основаны в большей степени на трех универсальных позициях:

- глобальности социального пространства общества будущего (концепция Э. Тоффлера в данном случае может быть рассмотрена в двух направлениях: 1) информационная глобализация в результате массового распространения коммуникационных сетей; 2) глокализация¹⁷ пространства ввиду перехода к «электронному коттеджу» как структурной единице глобального общества);

- главенствующем значении информации и коммуникационных процессов в современном обществе;

- существенной роли технологизации, цифровизации и медиализации в формировании современного постиндустриального (информационно-коммуникативного) общества.

Дальнейшие модификации экономических, политических и социокультурных реалий информационно-коммуникативного общества вызвали экспоненциальный рост научных дискуссий и исследований, касающихся природы происходящих процессов, сущностных характеристик общественных трансформаций и возможных результатов. Ряд событий, среди которых в первую очередь борьба за демократические свободы в 80-е годы XX века, способствовали возникновению дискурса глобализации. С этого момента становится невозможным обсуждение каких бы то ни было завершенных социальных процессов и подведение итогов. Допустимо лишь прогнозирование, объективная оценка опыта и реального состояния общества на данный момент. Как справедливо замечает британский социолог Дж.

¹⁶ Тоффлер Э. Третья волна, пер. с англ. /Э. Тоффлер; науч. ред. и предисл. д.ф.н., проф. П.С. Гуревича. - М.: ООО «Издательство АСТ», 2002. С. 312

¹⁷ Глокализация (G – global и localization) – термин и концепция английского социолога Р. Робертсона – процесс экономического, социального, культурного развития, характеризующийся сосуществованием разнонаправленных тенденций: на фоне глобализации вместо ожидаемого исчезновения региональных отличий происходит их сохранение и усиление. В данном случае предполагается не только смещение глобальных процессов на уровень локальных, но и выход локальных процессов на глобальный уровень. Вместо слияния и унификации как последствий глобализации актуальными становятся явления иной сущностной природы: рост интереса к локальным отличиям, культурным традициям и возрождению диалектов. (Википедия : [Электронный ресурс] : Свободная энциклопедия. URL:<https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%BB%D0%BE%D0%BA%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F> (Дата обращения: 04.06.16), Проектный философский журнал : [Электронный ресурс] : URL: http://projective_philosophy.academic.ru/20, (Дата обращения: 04.06.16); Балакина Н. А. ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ ТРАДИЦИИ В НАУКЕ: ГЛОБАЛИЗАЦИЯ ИЛИ ГЛОКАЛИЗАЦИЯ // Актуальные вопросы общественных наук: социология, политология, философия, история: сб. ст. по матер. XXXVIII междунар. науч.-практ. конф. № 6(38). – Новосибирск: СибАК, 2014)

Урри, «многие из обсуждаемых процессов носят незавершенный характер, и нет ничего, что могло бы быть представлено в качестве единой глобальной экономики и единого общества».¹⁸

В то же время возникают и развиваются в мировом масштабе такие массовые явления, как сеть Интернет, глобальные корпорации и финансовые рынки, мировой туризм. В результате социальные связи, социальный опыт и коммуникационные процессы окончательно теряют пространственные границы, выходя за пределы государств и стирая утвержденные принципы гражданского общества. Само понимание общества как региона больше не существует, трансформируясь под влиянием глобализационных процессов в метафорический образ *сети*.

Идею сетевого информационно-коммуникативного общества разрабатывает испанский социолог М. Кастельс. Метафора сети в данном контексте есть не только образ сложного механизма социальных взаимодействий, но отражение системы устойчивых связей между людьми и предметами на разных уровнях пространства-времени: «конвергенция социальной эволюции и информационных технологий создала новый материальный базис для осуществления определенных форм деятельности по всей социальной структуре. Этот встроенный в сети материальный базис маркирует господствующие социальные процессы, формируя тем самым саму социальную структуру».¹⁹ Сети представляют собой динамичные открытые конструкции связанных узлов, способные вступать в коммуникационные связи, изменяться и развиваться. В данном случае расстояние между социальными позициями определяется их удаленностью и короче в случае принадлежности к узлам одной сети.

Кастельс выделяет следующие черты, характерные для сетевого информационно-коммуникативного общества: «повсеместное распространение новых технологий, обусловленное проникновением информации практически во все формы человеческих практик; превращение битов передаваемой в электронном виде информации в основные структурные элементы; сложные, темпорально непредсказуемые паттерны информационного развития; организация технологий посредством гибко меняющихся и слабо структурированных сетей; постепенное слияние различных технологий (в особенности некогда обособленных биологических и микроэлектронных) в интегрированные информационные системы; проникновение подобных систем в организации с целью обеспечения их функционирования в реальном времени «в планетарном масштабе»; обеспечение материальной поддержки пространства потоков за счет мгновенных электронных импульсов».²⁰ Таким образом, для сетевого информационно-коммуникативного общества характерно размывание временных

¹⁸ Урри Дж. Социология за пределами обществ: виды мобильности для XXI столетия / Дж. Урри; пер. с англ. Д. Кралечкина; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2012. С. 24-25

¹⁹ Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс; пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. — М.: ГУ ВШЭ, 2000. С. 471

²⁰ Там же, С. 494

границ в результате глобального распространения информационных и цифровых технологий. Экономические, политические, социокультурные процессы ускользают от ранее повсеместной власти часов, а информация способна преодолевать неограниченные расстояния за мгновение, измеряемое в наносекундах.

Развитие сетевого общества в период, названный Т. Петерсом «наносекундными девяностыми»²¹, происходит в большей степени за счет внедрения технологий, порождающих новые глобальные информационно-коммуникационные потоки. В их число входят компьютерные сети, цифровое телевидение, переносные средства связи, высокоскоростные поезда, реактивные самолеты и, безусловно, виртуальная реальность. Подобные технические возможности трансформируют привычную систему социальных отношений, расширяя диапазон ранее ограниченных человеческих возможностей. Член сетевого общества с каждым шагом приближается к сущности «гибрида» (Дж. Урри) или «киборга» (У. Митчелл), представляя собой воплощение единства человека и технологий.

В подобных условиях экспоненциального роста человеческих возможностей, коммуникационных и транспортных потоков, способных перемещать информацию, объекты и людей на неограниченные расстояния за все менее значимые промежутки времени, государство практически теряет способность управления социальными процессами, принятия решений в заданных границах и пределах гражданского общества. Сети диктуют свои правила, где государству отведена роль пассивного регулятора, призванного обеспечивать качество и максимально приемлемые условия протекания мобильных потоков.

По мнению британского социолога З. Баумана, социальные изменения, происходящие под влиянием глобализационных процессов, вменяют государству роль «лесничего» взамен ранее исполняемым функциям «садовника». Индустриальное общество, согласно метафорической теории Баумана, находилось под контролем и пристальным вниманием «государства-садовника», контролировавшего все социальные процессы, интересовавшегося деталями, устанавливавшего и поддерживающего максимальную степень порядка. Главная роль в таком государстве принадлежала законодателям, а одним из ведущих инструментов выступали социальные науки, позволявшие определять и задавать вектор развития общественных структур.

Условия, диктуемые развивающимся сетевым информационно-коммуникативным обществом, предполагают отказ от модели «государства-садовника» и возвращение к образу «государства-лесничего», характерного для более ранних этапов общественного развития. «Лесничий» не утруждает себя созданием идеального порядка, контролем социальных

²¹ Peters T. Liberation Management: Necessary Disorganization for the Nanosecond Nine ties./ T. Peters - London: Macmillan, 1992.

процессов и частной жизни. В современных условиях его основными функциями, в соответствии концепцией Баумана, становится регуляция мобильностей, обеспечение достаточного уровня свободы для функционирования информационно-коммуникационных и иных потоков, которым не препятствуют национальные границы. Оставляя без внимания детали и подробности общественной жизни, «государство-лесничий» все же должно следить за появляющимися угрозами и рисками, сопровождающими развитие современного общества и растущими пропорционально увеличению возможностей технических средств и различных форм мобильностей.²²

Актуальность вопросов, связанных с ростом угроз как результатом технологического развития, отражается в метафоре «общество риска» немецкого философа и социолога У. Бека, которая в соответствии с его позицией проявляет сущность современного сетевого информационно-коммуникативного общества. Развитие технологий и глобализация разного рода процессов сегодня порождают множество негативных последствий, непредвиденных результатов и угроз. Среди наиболее серьезных глобальных проблем современности автор выделяет: гомогенизацию культуры, результатом которой становится размывание культурных границ и разрушение значительной части местных культур; экологические проблемы, содержащие угрозы здоровью и порождающие изменения окружающей среды; распространение заболеваний как результат увеличения возможностей мобильности населения; зависимость членов современного общества от «экспертных систем» (в первую очередь – сети Интернет), доверие к которым ограничено ввиду их закрытости и технической сложности. Здесь важно, что «общество риска» практически лишает людей и государство возможностей контроля, ограничений, рациональной оценки и компенсации последствий подобных процессов.

Итак, современное сетевое информационно-коммуникативное общество вряд ли можно назвать воплощением рассмотренных ранее футурологических концепций Маклюэна, Тоффлера и Кана. Безусловно, мы можем увидеть множество деталей, в какой-то степени соответствующих метафорическим взглядам авторов, однако реальность оказалась куда сложнее и многообразнее ожиданий. Она сочетает в себе множество новых технологий и процессов, которые открывают для общества многообразие возможностей, но в то же время содержат в себе большое и бесконечно растущее число угроз и рисков. Основными параметрами, характеризующими сущность современного общества, могут быть названы: разрушение пространственно-временных границ; увеличение возможностей, степени мобильности и скорости потоков, перемещающих людей, объекты и информацию; усиление

²² Бауман З. Законодатели и толкователи: Культура как идеология интеллектуалов // Неприкосновенный запас. - 2003. - №1 (27). С. 5-20.

роли беспроводных систем и цифровых технологий; развитие Интернета до сети глобального значения.

Многообразие социопространственных практик мобильности, к числу которых Дж. Урри относит физическую мобильность (пешие прогулки, путешествия на поезде, автомобиле, авиаперелеты), воображаемые и виртуальные путешествия с использованием возможностей радио, телевидения и сети Интернет, а также мобильность объектов и информационных потоков²³, позволяет определять современную социальную среду как неравномерную и текучую. Современный мир как текучее и пронизываемое пространство рассматривается З. Бауманом. По мнению автора, в сетевом обществе происходит серьёзное искажение пространственно-временного континуума. Пространство все больше утрачивает свою ценность, подчиняясь растущим возможностям мобильности, а значимость времени возрастает. Обретая черты фрагментарности и мгновенности, оно перестает быть непрерывным и становится уникальным ресурсом, обеспечивающим свободу как главную ценность «текучей современности».²⁴

Возникновение мгновенного времени, которое американский теоретик в области информационных технологий Н. Негропonte связывает с произошедшим в цифровую эпоху переходом «от атома к биту»²⁵, повлекло за собой ряд коммуникационных, технологических, организационных и социокультурных изменений. Так, стала возможной моментальная передача информации на неограниченные расстояния и мгновенный доступ к ней, такие категории, как день и ночь, дом и офис, работа и досуг практически утратили свое значение, а ускорение ритма жизни современного человека происходит непрерывно. Кроме того, все большую актуальность приобретает «временность» ценностей, личных и семейных отношений, карьеры, планов.

Одной из главных причин возникновения глобального времени представляется нам киберпространство, выстраивающее сеть тесных взаимосвязей не только с человеком, но и со всеми возможными техническими средствами. Само по себе оно уже есть текучий мир, где множество связей, людей, информации, программ, образов смешиваются, образуя новые, невозможные ранее формы. Американский специалист в области семантики и лингвистики И. Хейм определяет киберпространство как свободную от времени и трения среду, где «нет никаких разрывов, поскольку все существует в один и тот же момент».²⁶ Многомерность и одновременность как характеристики виртуального пространства обеспечивают возможность

²³ Урри Дж. Социология за пределами обществ: виды мобильности для XXI столетия / Дж. Урри; пер. с англ. Д. Кралечкина; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2012. С. 211

²⁴ Бауман З.: Концепция текучей реальности и ее приложения : [Электронный ресурс] / Капитал страны – Федеральное интернет издание – Электрон. журн – М., 2011.- URL: <http://kapital-rus.ru/articles/article/181273/> (Дата обращения: 06.06.16)

²⁵ Negroponte, N. Being Digita, 1995. P. 12

²⁶ Heim, Irene Artikel und definitheit/ International Handbook of Contemporary Research, - Berlin: de Gruyter, 1991.

одномоментного присутствия в нескольких местах, стирая границы между статичным пребыванием и перемещением.

Однако, несмотря на текучую природу, виртуальная среда есть сеть с множеством узлов, которые обретают форму точек сбора пользователей, находящихся в состоянии чистого движения. Человек виртуальный уже не имеет здесь личного пространства, постоянного «своего» места, умножая свои сущности в пределах постоянно изменяющихся веб-страниц и сайтов. Кроме того, важно, что «отношение между человеком и машиной осуществляется в терминах внутренней взаимной коммуникации, а не в терминах использования или действия» технических устройств.²⁷ Следовательно, изменения человеческой природы происходят еще и на физиологическом уровне, превращая его в техносоциальное образование. В подобной ситуации справедливым и объективным представляется заявление У. Митчелла:

*«Я часть сетей, а сети – часть меня. Меня можно обнаружить в результатах поиска. Меня видит Google. Я на связи – значит я существую»*²⁸

или утверждение И. Хейм: *«Наши сердца бьются в машинах. Это и есть Эрос»*.²⁹

До настоящего момента мы рассматривали сетевое информационно-коммуникативное общество как целостную структуру, формирующуюся под воздействием множества различных внутренних и внешних факторов. Однако практически без внимания оставался человек – представитель современного общества, испытывающий на себе воздействие всех описываемых процессов и изменений, преобразующих его личность и образ жизни в абсолютно новую содержательную форму. Отсюда, одним из самых важных и актуальных на данном этапе становится поиск ответа на вопрос: кто он, представитель современного сетевого общества?

Маргинал, утративший единство социальных и профессиональных ролей, меняющий свои ориентиры, ценности и идентичность; постоседлый, пространственно расширенный киборг; странствующий бродяга, не находящий для себя приюта; - таким описывают члена современного сетевого информационно-коммуникативного общества Р. Барт, У. Митчелл, М. Фуко. Он принципиально отличается от представителя техногенно-индустриального века. На смену заданной системе ценностей, норм, взглядов и идеалов, решений и действий, функциональной определенности индивидуального и социального бытия, зависимости от внешних условий и обстоятельств приходит неопределенность, динамичность, потеря идентичности, целостности, свобода выбора. «Новый человек» обладает не свойственным представителям ранее известных обществ набором качеств, социальных и антропо-культурных характеристик. Он сочетает в себе стремление к свободе личности, мысли и мнений;

²⁷ Делёз Ж., Гваттари Ф. Капитализм и шизофрения. Тысяча плато/ Ж. Делёз, Ф. Гваттари - М., 2010. С. 778

²⁸ Митчелл У. Дж. Я++: Человек, город, сети / У. Дж. Митчелл; пер. с англ. Д. Симановского. - М.: Strelka Press. - 2012.

²⁹ Heim, Irene Artikel und definitheit/ International Handbook of Contemporary Research, - Berlin: de Gruyter, 1991. P. 61

способность к адаптации в непрерывно меняющемся мире и информационном потоке, к быстрой смене культурных, социальных, деятельностных и профессиональных ориентиров; динамичность и инициативность в ситуациях, когда отсутствуют алгоритмы действий и готовые решения. Первичными факторами социальной жизни становятся свободный выбор, «личное желание» (Ж. Липовецки), «соблазн» (Ж. Бодрийяр), а единственной константой, базисом современности выступает коммуникация.

Под влиянием изменений реальности формируется новый культурно-антропологический, социально-психологический тип личности, что, в свою очередь, порождает и стимулирует развитие множества социальных явлений, среди которых важное место занимает **цифровой нomaдизм (кочевничество)**.

Как утверждает Р. Райх, «барьеры на пути трансграничных потоков знаний, денег, материальных товаров рушатся; группы представителей самых разных наций присоединяются к глобальным сетям».³⁰ Все больше людей жертвуют своими ценностями, образом жизни, отдавая себя во власть разнообразных потоков, воплощая в себе новый образ постиндустриальной эпохи – цифрового кочевника. В постмодернистском нomaде практически невозможно увидеть следов классовых, гендерных, этнических характеристик, он утрачивает национальную, культурную, территориальную идентичность, получая взамен свободу и множество новых возможностей. Среди них перемещение по территории большинства стран планеты в личных целях, доступ к информации, товарам, образам и местам из любой точки земного шара, расширение культурных и интеллектуальных горизонтов, свободное взаимодействие с людьми, в том числе и в форме делового общения и сотрудничества. Отсюда, цифровой кочевник все больше становится обитателем различных форм мобильности, а на смену футурологическому образу удаленного сотрудника – жителя «электронного коттеджа» Э. Тоффлера - приходит мобильный работник.

Сегодня растет число глобальных профессий, которые позволяют специалистам-кочевникам перемещаться по самым разнообразным каналам и располагаться во многих местах. Мобильный работник, таким образом, получает дополнительную возможность использовать в качестве рабочего места множество пространств, зон, точек и узлов. Теряет смысл жесткое распределение функций и значений между офисными помещениями, домом, местами досуга и отдыха, которые вынужденно адаптируются к динамичным и ситуационным моделям использования.

³⁰ Robert B. Reich The work of nations: Preparing ourselves for 21st Century Capitalism (1991). New York: Vintage Books. P. 172

По словам Б. Хукса, дом сегодня перестает быть единым местом, становясь скорее местоположением.³¹ Кроме того, в пространстве мобильностей происходит переосмысление состояния бездомности. То, что раньше считалось отклонением от норм, пренебрежением базовыми общественными ценностями, сегодня перестает быть проблемой. Значимость постоянного места жительства заменяется необходимостью устойчивого, стабильного и гарантированного подключения к Сети. Как замечает американский специалист в области информационных технологий и компьютерных сетей Л. Клейнрок, доминирующей потребностью цифрового кочевника становится возможность «доступа к удаленным файлам, системам и сервисам, который должен предоставляться вне зависимости от местоположения, движения, вычислительной платформы, коммуникационного устройства и используемого диапазона частот».³²

Цифровые кочевники свободно перемещаются не только в реальном, но и в виртуальном пространстве, где, по мнению американского философа и социолога Ш. Теркл, происходит «конструирование и реконструкция себя», умножение идентичностей, которые используются и изменяются в соответствии с моментными желаниями номадов.³³ Как и в случае с местами, социальные роли и паттерны поведения смешиваются и преобразуются в самые неожиданные гибриды, причем скорость подобных трансформаций увеличивается и приближается к наносекундным ритмам виртуальных процессов.

Как мы можем видеть, определяющими чертами цифрового кочевника являются мобильность (как реальная, так и виртуальная) и постоянная подключенность к Сети. Видимые перспективы технического и технологического прогресса подтверждают, что ожидаемые в ближайшем и отдаленном будущем новшества в области цифровой и компьютерной техники увеличат число возможностей, доступных представителю сетевого общества и открывающих для него различные виды и формы мобильности. Следовательно, мы можем ожидать, что уже в ближайшее время станем свидетелями поэтапного развития номадизма до высот массового явления - отражения человека постиндустриальной эпохи.

Итак, ученые-футурологи, социологи и философы уже в середине XX века предсказывали будущее современного общества как глобального социального пространства, главная роль в формировании которого будет принадлежать процессам цифровизации, технологизации и медиализации, а базисом выступят информация и коммуникация. Однако реальный облик информационно-коммуникативного общества оказался гораздо сложнее и двойственнее авторских прогнозов. Глобализационные процессы и технологические изменения (в первую

³¹ Hooks B. Yearning: Race, Gender and Cultural Politics./B. Hooks. - L.: Turnaround, 1991. - P. 148

³² Kleinrock L. Communication Nets: Stochastic Message Flow and Design./L. Kleinrock. — McGraw-Hill, 1964.

³³ Sherry Turkle Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet/ Sherry Turkle, - 1995. P. 180

очередь возникновение и развитие сети Интернет) трансформировали сущностную природу общества, преобразовав его в сеть со сложной структурой связанных узлов, разрушающую пространственно-временные границы и формирующую систему каналов и потоков, которые перемещают людей, объекты, информацию, образы на любые расстояния с огромной скоростью. Сетевое информационно-коммуникативное общество превратилось в среду, открывающую перед людьми множество новых возможностей, но в то же время содержащую большое количество непредсказуемых и неконтролируемых угроз и рисков.

Член сетевого информационно-коммуникативного общества, адаптируясь к происходящим изменениям и приобщаясь к новым технологиям, обретает не свойственные представителям ранее известных обществ качества, черты и характеристики. В результате формируется новый культурно-антропологический и социально-психологический тип личности и развивается множество социальных явлений.

Одним из «продуктов» рассмотренных процессов становится цифровое кочевничество – социальное явление, динамично распространяющееся и включающее в себя все больше людей и элементов социальной жизни. Основными чертами, характеризующими цифровогономада, являются абсолютная мобильность и постоянная подключенность к Сети, что позволяет определять его принадлежность исключительно к сетевому обществу и предсказывать развитие данного социального явления до глобальных масштабов на основе прогнозов в области развития технологий.

В данном контексте возникают вопросы: насколько универсальны модели воплощения данного явления на различных уровнях и измерениях современного социального пространства?

1.3 Типы цифровых кочевников: глобальные и локальные (городские)

На сегодняшний день в научной и публицистической литературе можно встретить большое количество авторских подходов зарубежных и отечественных исследователей к типологизации цифровых кочевников как представителей сетевого информационно-коммуникативного общества. Среди них метафорические концепции З. Баумана, А.К. Секацкого, аналитические исследования существующих практик цифрового нomaдизма И.П. Кужелевой-Саган, а также типологии, основанные на личном опыте цифровых кочевников.

З. Бауман рассматривает цифровых нomaдов как современных потомков паломников. Исходную фигуру авторской концепции характеризует потребность в движении, а следовательно, важность улиц и дорог как пространственных потоков, альтернативных домам – местам остановки, отдыха, забвения. По мнению Баумана, паломничество как нomaдическая стратегия приобретает все большую актуальность в сетевом информационно-коммуникативном обществе, превращающемся в пустыню и вынуждающем затерявшихся в ней жителей к движению во имя поиска смыслов и целей. Современное паломничество, согласно концепции автора, воплощается в четырех образах и формах: фланера, бродяги, туриста и игрока.

Фланер – представитель современной эпохи, основной жизненной стратегией которого становится непрерывное скольжение по социальной поверхности. Он отрицает любые связи, обязательства, взаимное влияние, воспринимая социальные контакты как одну из форм поверхностного «серфинга». *Бродягу* отличает непредсказуемость движения, вызванная постоянным поиском «своего» места в обществе, в жизни, в глобальном пространстве. Однако, по мнению Баумана, современный мир лишен оседлых мест и возможностей для остановки, а бродяга вынужден прибывать в вечном поиске. *Турист* также постоянно находится под влиянием нomaдического импульса, однако его отличает мотивационный фактор, которым выступает стремление к новизне. Объекты его влечения – новые образы и переживания, которые должны быть оставлены до того, как станут привычными и комфортными. Одной из отличительных черт, характеризующих туриста, становится необходимость иметь дом – пространство периодического возвращения, зону комфорта и безопасности. Наконец, *игроком* движет азарт и желание избежать предсказуемости. Его стиль жизни заключен в стратегии забегания вперед. Любое его столкновение с миром есть игровой процесс, где важны риск, отсутствие закономерностей, обязательное начало и конец.³⁴

Исходя из того, что одной из основных характеристик цифрового кочевника является мобильность, российский философ и публицист А.К. Секацкий предлагает типологию, основанную на критериях скорости движения кочевников и степени их «нomaдизации».

³⁴ Бауман З. От паломника к туристу // Социологический журнал. - 1995. - №4.

Каждый из типов соответствует одной из четырех стадий: предчувствию номада, первой, второй и третьей номадической скорости.³⁵

Стадия предчувствия номада – момент отказа от всего, что может удерживать в пространственных пределах: социальных обязательств и личных связей, привычных мест и образа жизни. Происходит актуализация потребности в движении, определяется то, что «должно быть покинуто». Кочевник на *первой номадической скорости* уже находится в пути, в состоянии свободного падения, где главным процессом становится отказ от собственного «Я». Обновленные представления о себе, «обретаемая самость», пока имеющая расплывчатую форму, находится кочевником на *стадии второй и третьей номадических скоростей*. А *четвертая стадия*, согласно Секацкому, – момент «обретения нулевой массы покоя», достижение абсолютной мобильности и завершение процессов конструирования «обновленного Я». Таким образом, каждая из рассмотренных стадий отражает степень свободы и мобильности представителя современной номадической культуры.

И.П. Кужелева-Саган полагает, что может быть выделено, по крайней мере, четыре социально-антропологических профиля цифровых кочевников с различными типами бизнес-коммуникаций:

- *Глобальные цифровые кочевники* – «истинные нетократы»³⁶, отличающиеся финансовой состоятельностью и высоким профессиональным статусом. Как правило, они руководят бизнес-процессами, регулируют коммуникационные потоки, принимают управленческие решения в режиме online с использованием многочисленных технологических возможностей. При этом их пространственное местоположение может изменяться непрерывно, находясь в прямом подчинении у личных желаний, предпочтений и не ограничиваемой внешними факторами жажды впечатлений.

³⁵ Секацкий А.К. Книга номада // Секацкий А.К. Три шага в сторону. М.: Амфора, 2000. С. 228-276

³⁶ Нетократия ([англ. netocracy](#)) – форма управления обществом, в рамках которой основной ценностью являются не материальные объекты, но информация. Кроме того, нетократия или нетократы – господствующий социальный класс современного общества. Авторство термина принадлежит А. Барду и Я. Зодерквисту (Бард А., Зодерквист Я. Нетократия. Новая правящая элита и жизнь после капитализма. Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2004. 252 с.). Согласно концепции авторов, главной целью в жизни нетократа является достижение доминирующей позиции в социальных связях. Он формирует «виртуальные племена», используя сеть Интернет как средство общения и источник социальных связей, самостоятельно конструируя собственную социальную идентичность. Одна из главных характеристик нетократа – мобильность. Он существует в режиме постоянного движения и, кроме того, стремится не только к изменению пространства пребывания, но и к трансформациям собственной сущности. Нетократ «становится другим в каждый момент жизни, и в этом его преимущество». (Бард А. Нетократ [Электронный] : URL: http://chewbakka.com/brains/bard_philosophy (Дата обращения: 4.04.16); Википедия : [Электронный ресурс] : Свободная энциклопедия. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B8%D1%8F> (Дата обращения: 12.06.16))

- *Глобальные цифровые кочевники – «собиратели вакансий и впечатлений»*: удаленные сотрудники предприятий или организаций, а также фрилансеры, которые под влиянием желаний путешествовать и обрести свободу выбирают кочевой образ жизни. В первом случае они зависимы не только от свободного доступа к Сети, но и от работодателей и наличия вакансий, предполагающих возможность «удаленной работы».

- *Состоятельные городские цифровые кочевники*: предприниматели-одиночки или руководители компаний, работающих по принципу «бизнес без офиса». Их мобильность ограничена пределами одного города, но не конкретным рабочим пространством. Для данного типа цифровых кочевников характерно использование возможностей, предлагаемых в «оазисах» и «третьих местах» - коворкинговых зонах, кафе и библиотеках с доступным Интернет-соединением. Перемещаясь с мест на места, покрываемые зоной Wi-Fi, они осуществляют деловые коммуникации как в offline, так и в online-режиме.

- *Молодые городские цифровые кочевники*: студенты, фрилансеры, начинающие специалисты, «удаленные сотрудники», выбирающие в качестве рабочих, учебных, образовательных пространств коворкинговые зоны, кафе, читальные залы библиотек. Как и для предыдущего типа цифровых номадов, выделяемого автором, для них характерна потребность в постоянном доступе к Сети и мобильность в заданных пространственных пределах. Однако кочевой образ жизни у них часто носит эпизодический характер, а городские «оазисы» совмещают в себе функции рабочих зон и мест проведения досуга.³⁷

Множество различных подходов к типологизации цифровых номадов можно встретить в сети Интернет. Так, В. Ершова, сотрудник «Digital Nomad Hub», основываясь на разнообразии источников дохода, выделяет три типа цифровых кочевников: *внештатные профессионалы, Интернет-предприниматели и удаленные сотрудники*. При этом автор указывает на то, что эти типы не противоречат друг другу и могут объединяться, поскольку многие цифровые номады имеют несколько источников дохода одновременно.

Компания «Alcatel-Lucent»³⁸, исследовав различные модели использования технических средств и возможностей подключения к Сети цифровыми кочевниками, выделяет четыре типа номадов: 1) «умные» работники (smart workers), использующие технологии беспроводной связи (Wi-Fi, смартфоны и т.д.) для работы по принципу «бизнес без офиса»; 2) серийные

³⁷ Кужелева-Саган И.П. Бизнес-коммуникации в условиях цифрового кочевничества // Наука о коммуникации как дисциплина и область знания в современном мире: диалог подходов. Сборник статей по материалам международной научной конференции, НИУ ВШЭ, М., 2015.

³⁸ **Alcatel-Lucent** - франко-американская компания, выпускающая телекоммуникационное, компьютерное оборудование, программное обеспечение, а также занимающаяся исследовательской деятельностью. В 2010 году компания создала совместное предприятие с Российской государственной корпорацией «Ростех». (Википедия : [Электронный ресурс] : Свободная энциклопедия – URL <https://ru.wikipedia.org/wiki/Alcatel-Lucent>, <https://www.alcatel-lucent.com/about/history> (Дата обращения: 3.05.16))

предприниматели (serial entrepreneurs), управляющие бизнес-процессами из различных мест и с использованием разнообразных технических средств; 3) городские «многозадачники» (urban multitaskers), сокращающие время пребывания в офисах за счет выгодного и своевременного включения в рабочие процессы устройств и технологий связи; 4) «подключенные пользователи хаоса» / «хаотично подключающиеся пользователи» (connected chaos users), жизнедеятельность которых полностью определяется мобильными и сетевыми технологиями и зависит от них.

Как мы можем заметить, концепции З. Баумана и А.К. Секацкого исключительно метафоричны. Использование подобных подходов к типологизации цифровых кочевников как реальных объектов изучения представляется нам в нашем конкретном исследовании не слишком операциональным, так как усложняет смысловые уровни понимания сущности рассматриваемого явления.

Иначе обстоит дело с тремя остальными концепциями. Поскольку их основу составляют исследования и анализ существующих практик цифрового кочевничества как глобализирующегося явления сетевого общества, применение возможностей данных типологий для решения практических задач представляется нам более эффективным. Однако заметим, что, основание типологизации В. Ершовой («источник дохода мобильных работников») позволяет определять такой подход как узкоспециальный и локализованный, поскольку в его рамках невозможно рассмотрение представителей иных социальных групп (в частности, студентов) в роли действительных цифровых кочевников.

Типологизации И.П. Кужелевой-Саган и исследователей компании «Alcatel-Lucent», на наш взгляд, более широко применимы. В том числе и в отношении нашего исследования. Несмотря на то, что для выделения типов цифровых нómáдов в этих типологизациях были использованы различные основания и дифференциальные критерии, результаты во многом схожи. Так, содержательно близкими являются образы и профили «умного» работника и состоятельного городского цифрового кочевника; глобального цифрового кочевника – «истинного нетократа» и серийного предпринимателя; городского «многозадачника», молодого городского цифрового кочевника и «подключенного пользователя хаоса». При этом необходимо отметить, что компания «Alcatel-Lucent» в своей типологизации опирается исключительно на такие критерии, как модели использования технических средств и степень значимости сетевого подключения. Именно это и определяет жизненные стратегии и направления социальной активности цифровых нómáдов. В рамках нашего исследования такой подход не позволяет учесть другие важные факторы (в частности, глобальность и локальность «кочевых» практик).

Видимое сходство типов цифровых кочевников, предлагаемых в рамках двух рассматриваемых концепций, а также «однофакторность», как определяющая характеристика

типологии компании «Alcatel-Lucent», позволяют нам утверждать следующее: между подходами к типологизации цифрового нomaдизма И.П. Кужелевой-Саган и компании «Alcatel-Lucent» существует «подчинительная» связь, при которой первая концепция может рассматриваться как базовая, включающая в себя (полностью или частично) смысловое содержание второй. Отсюда, в соответствии с рассмотренными основаниями и мотивами, а также целями и задачами данной работы, наиболее эффективным представляется использование в качестве базового подхода к типологизации воплощений цифрового нomaдизма концепции И.П. Кужелевой-Саган.

Далее рассмотрим примеры реальных воплощений, соответствующих типам цифровых нomaдов, выделяемым этим автором.

1.3.1 Тип «глобальный цифровой кочевник – истинный нетократ»

Пример 1: Один из самых известных и авторитетных специалистов в области мобильных цифровых технологий С. Палленберг (S. Pallenberg) удачно сочетает бизнес и кочевой образ жизни. Впервые став соучредителем IT-компании в 2002 году, на сегодняшний день он является владельцем портала о новинках мобильного мира «Mobile Geeks», где количество просмотров видеоматериалов превышает число в сто двадцать миллионов, а также авторского блога netbooknews.com, ежедневно посещаемого двадцатью тысячами пользователей. Кроме того, экспертные интервью Палленберга не раз были опубликованы в журналах «Time Magazine», «The New York Times», «ABC News» и других общеизвестных СМИ, что подтверждает признание его профессиональных компетенций не только в сети Интернет, но и в глобальном мировом сообществе.

Команда разработчиков платформы «Mobile Geeks», а также специалистов, поддерживающих функционирование блог-платформы, насчитывает 6 «удаленных» сотрудников из Германии, Кореи и Китая. Деловые коммуникации и рабочие процессы Палленберга выстроены таким образом, что позволяют не быть привязанным к месту и зависеть лишь от постоянного и стабильного Интернет-соединения. Активное использование современных технологических средств делает возможным большую часть времени находиться в пути, путешествуя по странам Азии и Европы и выступая на IT-конференциях, семинарах и мастер-классах.

В многочисленных интервью Палленберг связывает будущее современного общества с дальнейшим развитием компьютерных, мобильных цифровых технологий, а также демонстрирует свою убежденность в том, что для представителей сетевого информационно-коммуникативного общества необходима возможность свободного доступа к ресурсам сети Интернет: «Я уверен, что Интернет должен быть бесплатным для каждого. Если бы каждый

человек на Земле имел возможность выхода в Интернет и доступ к информации, мы бы жили в совершенно другом обществе».³⁹ Необходимыми для себя он определяет не только доступ к технологическим достижениям современности и свободное подключение к Сети, но и мобильность, формирующую кочевой образ жизни: «Китайский вариант моего имени означает «Пан» (что есть перевод моей фамилии Палленберг) – любит (или путешествует) мир (или по миру). Что ж, впереди у меня всё ещё значительный и прекрасный кусок жизни, и я хотел бы увидеть как можно больше мест в этом мире, познакомиться с новыми людьми и их менталитетом. Жизнь – это долгое путешествие, умственное и физическое. Для меня оно никогда не подойдёт к концу».⁴⁰

Пример 2: Проекты многих успешных предпринимателей - цифровых кочевников связаны именно с номадическим образом жизни. Так, Б. Пол (B. Paul), автор популярной образовательной онлайн-программы «Anti-Uni», стремится дать участникам знания и навыки, которые пригодятся им для построения свободной карьеры, успешно совмещаемой с отдыхом и путешествиями. Пол считает, что современное молодое поколение существенно отличается от предыдущих жадой свободы и возрастающей необходимостью самовыражения: "Мы - другое поколение. Поколение, которое хочет реализовать себя. Поколение, которое всегда ищет смысл в том, что оно делает. "Безопасность", в которой и ради которой жили наши родители, больше не существует".⁴¹ При этом современная система образования, по мнению автора программы, не в состоянии обеспечить необходимые условия для развития личности студентов и дать достаточное количество знаний, которые требуются для достижения успеха. В подобных условиях, как утверждает Пол, подавленная активность современного человека требует выхода и компетентного направления в нужное русло.

Программа «Anti-Uni» на сегодняшний день пользуется популярностью среди молодых людей, стремящихся к достижению свободы и реализации собственных идей и проектов.⁴² При этом Бен Пол ведет кочевой образ жизни и управляет учебными процессами, взаимодействует с командой «удаленных сотрудников», поддерживает функционирование сайта и многочисленных аккаунтов в социальных медиа в режиме online.

1.3.2 Тип «глобальный цифровой кочевник – собиратель вакансий и впечатлений»

³⁹ Палленберг А. : Видео [Электронный ресурс] : Каким видит мобильное будущее Саша Палленберг? / канал Hit-Touch, 2014. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=B7WxWNlwJnk> (Дата обращения: 13.04.16)

⁴⁰ Палленберг А.: Для конференции MobileOptimized 2014 [Электронный ресурс] / ИТ Беларусь в фокусе – 2014. URL: <https://dev.by/lenta/mo/sasha-pallenberg-dni-kogda-mozhno-bylo-za-2-3-chasa-v-den-v-starbakse-sozdat-flappy-birds-ili-whatsapp-podoshli-k-kontsu> (Дата обращения: 13.04.16)

⁴¹ NEU HIER? : Herzlich Willkommen auf Anti-Uni.com! : [Электронный ресурс] : URL: <http://anti-uni.com/neu-hier/> (Дата обращения: 22.01.16)

⁴² Онлайн-ресурс <http://anti-uni.com/> посещает около 20 тыс. пользователей каждый месяц.

В отличие от «истинных нетократов», «собиратели вакансий и впечатлений» в некоторой степени зависимы от других людей и внешних обстоятельств, поскольку вынуждены тратить время на поиск подходящих вакансий, а их свобода передвижения (а иногда и периодичность принятия пищи) зависит от работодателя и удачного стечения обстоятельств. Чаще всего среди последователей подобного образа жизни можно встретить дизайнеров, программистов, контент-менеджеров, переводчиков, т.е. представителей «свободных» профессий, работа которых легко переходит в online-режим и не подразумевает постоянного личного присутствия. Но встречаются и исключения.

Пример 1: Дж. Лорман (J. Löhrmann) – глобальный цифровой кочевник и пианист, путешествующий с собственным инструментом и организующий концерты на открытом воздухе в каждом новом для себя месте. Как утверждает Лорман, музыка и путешествия всегда занимали важное место в его жизни, и поэтому он решил совместить их и создал мобильное фортепиано. Уже несколько лет он ведет кочевой образ жизни, где каждое следующее пространственное перемещение обеспечивается заработком, полученным во время последнего концерта.

Пример 2: Глобальных цифровых кочевников - «собираетелей вакансий и впечатлений» отличает их желание объединяться в сообщества, взаимодействовать с другими последователями подобного образа жизни и делиться опытом. Так, М. Мойрер (M. Meurer) и Ф. Харгартен (F. Hargarten), свободно путешествующие уже более 10 лет, организовали международную конференцию «DNX Global»⁴³, в рамках которой цифровые кочевники со всего мира собираются в едином коммуникационном пространстве, обмениваются мыслями, идеями и опытом, а также делятся своими знаниями с другими аудиториями общественности. Подобный формат взаимодействия впервые был испробован в мае 2014 года, и с тех пор конференция проводится несколько раз в год, собирая большое количество заинтересованных слушателей и спикеров.⁴⁴

Мойрер и Харгартен занимаются формированием сообщества цифровых нómáдов не только в рамках конференции. Ими создана система коворкинговых и коливинговых зон «DNXCamp» - сеть пространств, организованных для совместного проживания, работы и общения. Цифровые кочевники, выбравшие в качестве следующего маршрута для путешествий города Бразилии, Индонезии, Тайланда, Греции, Мексики или США, могут стать членами международного сообщества единомышленников и получить не только гарантированное подключение к Сети и место для сна, но и опыт участия во множестве мероприятий,

⁴³ DNX : DIGITAL NOMAD CONFERENCE [Электронный ресурс] : URL: <http://www.dnxglobal.com/> (Дата обращения: 29.12.15)

⁴⁴ Например, в рамках третьей конференции «DNX», которая проходила в мае 2015 года, с докладами выступило 12 спикеров, а число слушателей достигло 400 человек.

организованных с целью сплочения участников-номадов. Кроме того, обращая внимание на важное место работы и профессионального развития в жизни цифровых кочевников, организаторы проводят мастер-классы и семинары с участием экспертов в различных областях знаний, а также стимулируют командную работу для развития разносторонних компетенций у членов «кочевого» сообщества.

1.3.3 Тип «состоятельный городской цифровой кочевник»

Городских цифровых номадов характеризует локальность их кочевания. Как было отмечено ранее, их пространственные передвижения определены сетью «третьих мест» и чаще всего ограничены городскими пределами. Однако, по мнению М. Кастельса, определяющим фактором выступает не движение, а постоянное подключение, и именно перманентное состояние подключенности к Сети позволяет считать современного представителя сетевого информационно-коммуникативного общества цифровым номадом.⁴⁵ Как замечает Интернет-журналист И. Баранская, «даже если кочевник заперт в довольно тесном пространстве, на самом деле у него совершенно другое отношение ко времени, к месту и к другим людям».⁴⁶

Пример 1: По мнению немецкого художника и дизайнера В. Баумана (W. Baumann), главной особенностью современных городских кочевников является их образ жизни: они никогда не ограничиваются одним местом, но всегда находятся в движении. Поэтому для работы, отдыха и удобного совмещения этих процессов им необходимы новые концепции и идеи. Полагая, что дизайн и искусство предназначены в первую очередь для решения конкретных задач и проблем, В. Бауман в течение долгого времени изучал образ жизни и потребности городских кочевников. В результате он создал коллекцию миниатюрных и подвижных конструкций, предназначенных для мгновенного удовлетворения потребностей современных городских номадов в быстром, удобном и мобильном рабочем месте, доступном в любой момент времени. В частности, модель «Н-3 Office» предполагает комплект предметов, необходимых для эффективной организации рабочего процесса, который умещается в один небольшой чемодан. В него входит письменный стол, осветительные приборы, предусмотрено множество отделений для размещения различных технических средств, а также присутствует спальный мешок (см. Приложение 1, рис. 1). Еще одна модель, разработанная В. Бауманом, - «Н-4 Cabin TR5» - может считаться полноценным офисом, который городской кочевник в силах взять с собой. Важная деталь данного миниатюрного рабочего пространства – система спутниковой связи, которая обеспечивает доступность Интернет-соединения в любых

⁴⁵ Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс; пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. — М.: ГУ ВШЭ, 2000.

⁴⁶ Баранская И. : Городские кочевники — новый социальный класс, который живет в параллельном мире [Электронный ресурс] // Лайфхакер – 2013. URL: <http://lifehacker.ru/2013/08/19/city-nomads/> (Дата обращения: 14.10.15)

пространственных границах (см. Приложение 1, рис. 2).⁴⁷ Однако проектные модели В. Баумана, представленные в книге «Urban Nomads», пока не стали популярными среди городских цифровых кочевников, предпочитающих более традиционные способы организации рабочих процессов. Важное место в их кочевом образе жизни занимают коворкинговые зоны, кафе и читальные залы библиотек.

1.3.4 Тип «молодой городской цифровой кочевник»

Пример 1: Молодых цифровых кочевников, кочующих в пределах городских пространств, отличает не только частая смена мест, выбираемых для работы и учебы, и постоянная подключенность к Сети. По мнению журналиста А. Шлякова, молодые городские цифровые кочевники – это еще и те, чей образ жизни основан на принципе постоянного перемещения между различными жилыми пространствами и связан с непрерывной сменой мест проживания. В своем видеосюжете, посвященном различным воплощениям явления цифрового нómадизма в России и многообразию типов кочевников, автор рассказывает о П. и А. Кораблевых – паре, живущей в процессе постоянного передвижения, переездов и смены жилья. Кочевание происходит в пределах одного города и, как утверждают герои сюжета, основано на жажде драйва, экстрима и адреналина и не связано с бытовыми, финансовыми и иными внешними причинами. Следуя своим желаниям, они периодически меняют съемное жилье на новое, которое соответствует предпочтениям, настроениям в данный момент времени. Важно заметить, что цифровыми кочевниками героев сюжета можно считать лишь в том случае, если их образ жизни неразрывно связан с использованием цифровых технологий и включает в себя потребность в постоянном подключении к Сети.⁴⁸

Пример 2: Развитие глобального и локального цифрового кочевничества диктует свои правила, которые оказывают влияние на изменения городских пространств и инфраструктуры. Многие представители явления цифрового нómадизма сегодня указывают на то, что условия жизни в мегаполисах, включающие в себя утвержденные правила поведения жителей, затруднения, связанные со свободным передвижением, различные социальные и административные запреты, ограничивают свободу людей и существенно усложняют практики кочевания. В частности, хореограф В. Дернер (W. Dorner) стремится обратить внимание на проблему отсутствия свободы и несоответствие городской среды интересам и потребностям современного человека. Вместе с командой танцоров Дернер создал проект “Тело в городских

⁴⁷ Urban Nomads: Design For A Lifestyle On The Go [Электронный ресурс] //Pop-Up City – Amsterdam, 2014. URL: <http://popupcity.net/urban-nomads-design-for-a-lifestyle-on-the-go/> (Дата обращения: 13.10.15)

⁴⁸ Городские кочевники__ : Видео : [Электронный ресурс] / канал Hit-Touch – 2012. URL: https://www.youtube.com/watch?v=qSkcv6L_hUI (Дата обращения: 16.05.16)

пространствах»⁴⁹, главной целью которого является поиск ответа на вопрос: «Есть ли в городах место для современного человека?». Участниками был выбран оригинальный способ привлечения внимания к данной проблеме: команда путешествует по городам мира, устраивая неожиданные перформансы, в рамках которых в самых неожиданных местах возникают скульптуры из людей, демонстрирующие неудобство и неприспособленность мегаполисов к образу жизни и потребностям современного человека (см. Приложение 2).⁵⁰

Итак, в данном параграфе были рассмотрены подходы и концепции типологизации цифровых кочевников как объектов исследования и представителей современного сетевого информационно-коммуникативного общества. Было определено, что в качестве наиболее эффективного и целесообразного теоретического базиса в работе будет использована концепция И.П. Кужелевой-Саган. В рамках данной концепции автором выделено четыре социально-антропологических профиля цифровых номадов: глобальные цифровые кочевники – «истинные нетократы» и «собиратели вакансий и впечатлений», а также состоятельные и молодые городские цифровые кочевники как представители локальных воплощений явления цифрового номадизма.

Образ жизни и мировоззрение, привычки и потребности цифровых кочевников как представителей глобальных и локальных воплощений социокультурного явления цифрового номадизма становятся объектом, заслуживающим внимания как ученых-исследователей, так и профессионалов-практиков. Рассмотренные примеры демонстрируют, что цифровые номады с каждым днем все активнее заявляют о своих ценностях, потребностях и идеалах, выражая желание быть частью лишь тех социальных пространств и пользователями таких продуктов – товаров и услуг – современного общества, которые соответствуют их желаниям, образу жизни и мировоззрению. Подобное сообщение - «вызов» не только для архитекторов и градостроителей, для которых актуальной задачей становится адаптация городских пространств к потребностям членов сетевого общества, но всем социальным структурам, институтам, видам деятельности и профессиональным практикам, среди которых одно из ключевых мест в данном контексте занимает рекламная коммуникация. Для рекламы в сетевом обществе наступает время необходимых трансформаций и адаптаций к изменчивой сущности среды, поскольку одной из главных ее задач является понимание желаний и удовлетворение потребностей членов социума, и в том числе цифровых кочевников. Обязательной ступенью на пути к успешности подобных процессов выступает изучение социальных, психологических, культурных характеристик, ценностей и черт глобальных и локальных цифровых номадов.

⁴⁹ «Bodies in urban spaces»

⁵⁰ Современное искусство : эстетика, провокация, визуальный допинг : [Электронный ресурс] : URL: http://vk.com/fave?w=wall-35486596_222738 (Дата обращения: 10.05.16)

1.4 Культурно-антропологические и социально-психологические параметры цифровых номадов

Цифровой кочевник как представитель одного из наиболее глобальных и массовых социальных явлений сетевого информационно-коммуникативного общества на сегодняшний день является объектом интереса для многих направлений научного знания. Среди них: архитектура, гуманитарная информатика, электроника, лингвистика, социальная философия и многие другие. Представители различных наук стремятся исследовать новое социальное явление, которое распространяется вне пространственных границ с огромной скоростью и охватывает все большее число членов современного общества. При этом каждое из научных направлений определяется различными целями изучения и уникальностью ракурса, обуславливающего не только аспекты рассматриваемого явления, но и инструменты, методы, выбираемые исследователем. Так, внимание многих наук к явлению цифрового номадизма и к цифровому кочевнику как «герою современности» объясняется в первую очередь стремлением (и во все большей степени – необходимостью) достичь соответствия между современной общественной средой и потребностями, образом жизни ее частей – цифровых номадов.

Базисом, необходимым для понимания сущности явления цифрового номадизма и исследования его в контексте большинства технических и прикладных наук (археологии, электротехники и других), становятся знания и представления о культурных, психологических, социальных чертах и характеристиках рассматриваемого объекта. Следовательно, для целостного изучения цифрового кочевничества и современного номада необходимо в первую очередь обращение к возможностям социально-психологических и антропологических исследований.

Потенциал антропологии в заданном контексте заключается, прежде всего, в ее возможностях изучения культуры конкретных обществ. Германский семиотик и лингвист Р. Познер выделяет культурную антропологию как одну из трех субдисциплин, составляющих целостную структуру данной науки. Предметной областью культурной антропологии, согласно подходу Познера, является менталитет или духовная культура общества. Их изучение возможно как в качестве обособленных объектов, так и по отношению к цивилизации и обществу в целом как предметным областям двух других антропологических дисциплин – социальной и материальной антропологии. Следовательно, в рамках культурной антропологии возможно целостное исследование взаимоотношений между культурой и личностью, структуризация и интерпретация различий, характеризующих мировосприятие, систему ценностей, образ жизни каждого общества.

Культурную антропологию характеризует релятивизм как стремление объективного исследования культуры с позиции ее представителя, а не внешнего наблюдателя, который

вынужденно сталкивается с проблемой субъективной интерпретации и оценочных суждений. Целостное и объективное изучение культуры определенного общества, по мнению антропологов, ведет к познанию представителя этого общества. Следовательно, именно возможности культурной антропологии необходимы для анализа явления цифрового нomaдизма и составления целостного образа цифрового кочевника.

Значение социальной психологии заключается в возможности изучения закономерностей «возникновения, функционирования и проявления психологических явлений, которые представляют собой результат взаимодействия людей (и их групп) как представителей различных общностей».⁵¹ В диапазон компетенций данной науки входит изучение общественных отношений, социально-психологической природы общностей и личности, а также разнообразных форм духовной деятельности. Таким образом, используя возможности и методы социальной психологии, можно составить более полное представление о личностной природе, психологических характеристиках, закономерностях восприятия, поведения и деятельности⁵² цифрового кочевника, а также о психологических особенностях существования, общения и т.д. процессов цифровых нomaдов как большой неорганизованной социальной группы⁵³ и части глобального общества.

Безусловно, объектами внимания социальной психологии и культурной антропологии выступают различные аспекты воплощений цифрового нomaдизма как социокультурного явления и характеристики цифрового кочевника как его представителя. В первом случае это индивидуальные привычки поведения, мышления и восприятия информации, эмоциональный профиль личности нomaда, стратегии создания и поддержания личных и профессиональных отношений. Во втором – ритуалы повседневности (ее ментальные структуры, материальная природа, темпоральный и событийный ряды, пространства и др.), коллективная/историческая память, стереотипы сознания.

Однако культура цифровых кочевников есть результат изменений и трансформаций одного поколения представителей современного общества, тогда как объектами изучения культурной антропологии являются более устоявшиеся и формировавшиеся на протяжении нескольких поколений ритуалы, ментальность рассматриваемых социальных общностей. Поэтому многие исследователи на современном этапе изучения явления цифрового нomaдизма и его представителей рассматривают социально-психологические и культурно-

⁵¹ Определение В.Г. Крысько

⁵² Андреева Г.М. Социальная психология. Учебник для высших учебных заведений / Г. М. Андреева. — 5-е изд., испр. и доп. — М.: Аспект Пресс.: 2007. С. 27

⁵³ Большая неорганизованная социальная группа (Дилигенский Г.Г., Выготский Л.С.) - социальная общность, члены которой, не имея непосредственных контактов между собой, связаны опосредованно психологическими механизмами групповой коммуникации. (Большие социальные группы: [Электронный ресурс] : База знаний > Социальная психология /Гуманитарно-правовой портал. URL: <http://psyera.ru/2835/bolshie-socialnye-gruppy> (Дата обращения: 12.03.16))

антропологические характеристики объекта как комплексную структуру, не разделяя их на отдельные направления знания. Подобный принцип стал основой для анализа сущности феномена цифрового кочевничества и определения ключевых социально-психологических и культурно-антропологических параметров цифровогономада в данной работе.

Изменения, связанные с формированием нового сетевого информационно-коммуникативного общества, способствовали появлению и развитию не только новой социальной практики (цифрового номадизма), но и новой социально-психологической сущности современного человека – цифрового кочевника, а также нового номадического антропотипа и габитуса. Новые социокультурные и личностные формы основаны, прежде всего, на базовых характеристиках цифровых номадов: потребности в постоянном подключении к Сети и пространственно-временной (в том числе и виртуальной) мобильности. Именно они (характеристики) и причины их возникновения становятся отправной точкой для происходящих изменений, распространяющихся на культуру, личностную и социальную природу, образ жизни, ценности и мировосприятие современного цифрового номада.

Технологические изменения и новшества способствовали расширению диапазона чувственного восприятия реальности, которое приобретает многомерность и значительно увеличивает возможности человеческого тела. «Автоматизация восприятия» позволяет современному человеку выйти за пределы видимости, преодолеть ранее нерушимые границы физического потенциала и пространственно-временные пределы.⁵⁴ Произошла трансформация всех природных, физиологических, социальных и множества других процессов в цифровую и технологическую форму, воплощающую в кремнии все человеческое. И именно цифровые кочевники стали одними из первых «техно-людских гибридов» – продуктов современного общества.⁵⁵ Они активно адаптируют свою жизнь к происходящим изменениям, используя бесконечно расширяющиеся возможности сетевой электроники и цифровой техники.

Под властью различных многофункциональных устройств изменяются привычки организации быта, рабочих процессов, коммуникации и даже одежда: цифровые номады отдают предпочтение вещам, способным уместать в себя все необходимые им технические устройства, обходиться без которых уже невозможно. Наушники создают частное пространство в пределах любой общественной территории; смартфоны являют собой уникальное средство связи с внешним миром, досуговое развлечение, а также реализуют необходимую кочевнику возможность подключения к Сети; виртуальные очки позволяют и вовсе абстрагироваться от

⁵⁴ Бейтсон Г. Экология разума: Избранные статьи по антропологии, психиатрии и эпистемологии / Г. Бейтсон ; пер. Д. Я. Федотова, М. П. Папуша; вступ. ст. А. М. Эткинда. — 1-е изд. — М.: Смысл, 2000.

⁵⁵ Смирнов С.А. Антропология номадизма: Антропологические тренды и северный культурный код : [Электронный ресурс] / Электронный альманах о человеке .- 2015. URL: <http://www.antropolog.ru/doc/persons/smirtov/smirtov29>

окружающей действительности. И это лишь незначительная часть устройств, ежедневно необходимых цифровому номаду и уместающихся в его рюкзаке и множестве карманов.⁵⁶ При этом важно, что цифровой кочевник редко утруждает себя вопросами о строении используемых им устройств, его мало интересуют механизмы их функционирования, пути, которые проходит информация, прежде чем попасть на экран планшетного ПК. Главное для номада – стабильность работы и соответствие их личным ожиданиям (нажав на привычную клавишу клавиатуры, они должны увидеть именно ту страницу, которую предполагали).

Однако те же технологические устройства, которые обеспечивают необходимую для цифровых номадов свободу, расширяют диапазон доступных для них возможностей и обеспечивают необходимую подключенность к Сети, обладают и способностью перманентного наблюдения и надзора. У цифрового кочевника все меньше шансов остаться незамеченным, не стать объектом внимания множества заинтересованных аудиторий, среди которых значительную нишу занимают специалисты по маркетингу. Информация о маршрутах передвижения, предпочтениях, интересах владельцев технических средств связи позволяет предвосхищать их запросы и управлять их чувствами, мыслями и желаниями. Тем не менее, подобные детали мало заботят цифровых кочевников, интересуя их не больше, чем механизмы функционирования используемых ими устройств. Пытаясь не отстать от ускоряющихся темпов жизни современного общества, они всегда находятся в движении, у которого нет определенной цели, а его смысл заложен в самом процессе.

Многофункциональные технические устройства и беспроводные соединения, столь популярные среди цифровых номадов, формирующие их образ жизни, создают «непрерывное поле присутствия», которое вносит коррективы в модели использования публичных и частных пространств и расширяет диапазон возможностей доступа к информации и иным ресурсам. В результате происходит радикальная децентрализация взаимоотношений между цифровым кочевником и местом его пребывания, объектами и вещами, и даже другими людьми. Цифрового номада все меньше волнуют расстояние и местоположение, он становится участником (или одним из главных героев) глобального процесса пространственно-временной десинхронизации⁵⁷, основными признаками которого являются: рост популярности образа «свободного и независимого путешественника», избегающего подчинения распорядкам, характерным для массовых туристических групп; развитие системы гибких графиков, позволяющих самостоятельно организовывать рабочие процессы в соответствии с личными предпочтениями и индивидуальным ритмом жизни; свободный доступ к информации в любой

⁵⁶ Митчелл У. Дж. Я++: Человек, город, сети / У. Дж. Митчелл; пер. с англ. Д. Симановского. - М.: Strelka Press. - 2012.

⁵⁷ Ритцер Дж. Макдональдизация общества 5./ Дж. Ритцер. - М.: Праксис, 2011. - 592с. 29. Секацкий А.К. Книга номада // Три шага в сторону. - М.: Амфора, 2000.

момент времени, что делает неактуальной привязанность и зависимость человека от расписания каналов теле- и радиовещания; отказ от определенного графика и привычного места приема пищи, однообразного и традиционного проведения досуга в кругу семьи.

Кроме того, для цифрового кочевника характерно не только игнорирование пространственных и временных границ. Он стремится отказаться от всего, что может усложнить жизнь и стать препятствием на пути к абсолютной свободе. В том числе это относится и к его собственным мыслительным функциям, процессам запоминания и удержания в памяти необходимой информации. Одним из принципов, формирующих образ жизниномада, становится «жизненный аутсорсинг»: навыки счета и письма, сохранения и воспроизведения информации, управление многими внутренними и внешними процессами (регулирование температуры тела, вождение автомобиля, приготовление пищи и т.д.) – все это и много другое он отдает во власть искусственного электронного интеллекта, получая взамен еще больше свободного и текучего времени.

Итак, цифровой кочевник не привязан ни к месту, ни ко времени, ни к внешним и внутренним процессам. Используемые им технические средства и создаваемое ими «непрерывное поле присутствия» делают его мобильным, обеспечивая возможность свободного и безграничного путешествия. Его пространственные перемещения могут быть как локальными, ограниченными пределами городских пространств, так и глобальными; как реальными, так и виртуальными. Совмещая путешествия с работой или учебой, цифровой номад стремится использовать множество различных точек – многофункциональных, удобных и уютных пространств, обеспечивающих комфорт, способных служить для самых разнообразных целей и обладающих главным необходимым ресурсом – стабильным, бесплатным и беспроводным доступом к Сети. Подобными «третьими местами»⁵⁸, которых в современных мегаполисах становится все больше, являются: коворкинговые и коливинговые⁵⁹ зоны, хостелы, кафе, публичные библиотеки и даже скверы и парки.

Мобильность представляет цифровымномадам множество новых возможностей: расширение социальных, культурных, интеллектуальных горизонтов; доступ к разнообразным коммуникационным сетям, способностям, ресурсам и впечатлениям. В результате у кочевников вырабатываются особые черты – адаптивность и приспособляемость к изменениям⁶⁰, а дом, семья, устойчивые социальные связи все больше утрачивают свое значение, теряя роль «точек

⁵⁸ Oldenburg R. The Great Good Places. / R. Oldenburg - N.Y.: Marlowe & Company, 1989.

⁵⁹ «Коливинг (англ. Coliving) – это современное место для проживания и работы, в котором резиденты делят не только жилое пространство, но и ряд интересов, взглядов и зачастую область профессий». (Вахрушева О.С.)

⁶⁰ Смирнов С.А. Антропология номадизма: Антропологические тренды и северный культурный код : [Электронный ресурс] / Электронный альманах о человеке .- 2015. URL: <http://www.antropolog.ru/doc/persons/smirtov/smirtov29>

опоры»⁶¹. Однако ошибкой будет считать, что цифровой номад не нуждается в стабильности и безопасности. Новым источником этих ощущений, стационарной опорой для кочевника становятся его мобильное устройство связи (смартфон, ноутбук и др.) и персональные страницы в Сети. Именно личные технические устройства и веб-аккаунты содержат в себе всю необходимую для истинного номада информацию, механизмы действия и возможность связи с внешним миром, гарантируя своим присутствием в привычном и заданном месте чувство защищенности и обретая значение «дома» для цифрового кочевника. Отсюда, потеря мобильного устройства или нарушение функционирования персональной страницы в сети Интернет для номада является столь же горькой участью, коим было состояние бездомности для члена традиционного общества.

Поскольку «дом» цифрового кочевника в той же степени мобилен, как и он сам, он больше не привязан к местам проживания, городам, странам, их границам, культурам, ограничениям и нормам. Все его состояния принадлежности и идентичности становятся текучими и изменяются под влиянием процессов передвижения, адаптации. Средства связи, доступные кочевнику технологии приобретают для него еще и значение культурного орудия, способствующего трансформации идентичностей и личностному росту.

Цифровой кочевник обретает абсолютную свободу, которая невозможна без неопределенности. В подобных условиях самоорганизация и дисциплинированность становятся необходимыми качествами для номада, который вынужден постоянно выбирать между обязательствами, работой и новыми впечатлениями, отдыхом, развлечениями. Именно в этом заключена обратная сторона свободы: принадлежать себе для кочевника означает находиться во власти своих переживаний, опасений, страхов и привычек. Так, многие цифровые номады вынуждены постоянно испытывать стресс и беспокойство, боясь не успеть, пропустить что-то важное, сделать не все или быть не там, где нужно.⁶² Кроме того, они сталкиваются с еще одним внутренним конфликтом: диапазон возможностей, доступность новых впечатлений, знаний и опыта часто противоречат привычкам и личным графикам кочевника.⁶³ Таким образом, цифровой номад – свободный человек, который ежедневно вступает в борьбу за свободу с самим собой, и итог этого сложного внутреннего процесса далеко не так очевиден и однозначен, как может показаться.

⁶¹ Бард А. Нетократия. Новая правящая элита и жизнь после капитализма/ А.Бард, Я. Зодерквист. - СПб. : Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2004.

⁶² Kuzheleva-Sagan I.P., Nosova S.S. Culture of Digital Nomads: Ontological, Anthropological, and Semiotic Aspects. 2014. [Электронный ресурс] /World congress of the IASS/AIS. 12th. WCS. Sofia. 2014. URL:http://www.iass-ais.org/proceedings2014/view_lesson.php?id=64

⁶³ Gonzalez M.C. Understanding individual human mobility patterns./ M.C. Gonzalez, C.A. Hidalgo, A. L. Barabasi . – Nature (453), 2008

Мобильность, абсолютная свобода, утрата привязанностей, трансформация идентичностей, потеря значимости пространственно-временных границ формируют в цифровом номаде зависимость от «здесь-и-сейчас» настоящего⁶⁴, лишая его связей с историческим временем и изменяя отношение к будущему. Кочевник представляет будущее как нечто мгновенное и кратковременное.⁶⁵ Он лишен долгосрочных планов, представлений о перспективах, существуя в «реальном времени» и проживая новую жизнь каждые двадцать четыре часа. При этом скорость потоков в жизни цифрового кочевника связана не только с быстрыми и легкими изменениями мест пребывания, работы, но и с ускорением внутренних психоэмоциональных процессов, что позволяет ему быстро и без сложностей переходить из одного психического состояния в другое⁶⁶, изменять мировоззрение и личностные приоритеты.

Однако, ускоряясь, все внутренние и внешние процессы для цифрового кочевника остаются значимыми. Для него по-прежнему важны эмоциональные привязанности и искренность в отношениях с другими людьми, которые (отношения), тем не менее, нестабильны, временны и динамичны. При этом наиболее ценными для номада становятся отношения, основанные на общности интересов, взглядов и ценностей, а родственные связи и социальные обязательства все больше теряют свое значение.

Ежедневные потребности цифрового кочевника в информации, общении и развлечениях во много раз превосходят аналогичные желания, возникающие у представителей традиционного, оседлого образа жизни.⁶⁷ Совмещение кочевания с коммуникационными процессами порождает значительные изменения в строении социальных сетей и структуре социальных связей, присущих номаду. Во-первых, для цифрового кочевника характерно взаимодействие и формирование «сообществ» с теми, кто от него географически удален и, следовательно, доступен лишь в результате использования возможностей технических устройств и сетевых подключений. Подобная особенность основана, прежде всего, на принципе «кочевой интимности»⁶⁸: в ситуации выбора между личным общением со случайными окружающими его людьми и взаимодействием с уже знакомым, но географически удаленным человеком номад всегда отдает предпочтение виртуальному общению. Отношения в подобных

⁶⁴ The Flaneur. Routledge./Tester K. (ed.) - The Flâneur. Routledge, London. 1995.

⁶⁵ Cannon D. Post-Modern Work Ethic // Demos Quarterly The Time Squeeze. - 1995. - №5.

⁶⁶ Kuzheleva-Sagan I.P., Nosova S.S. Culture of Digital Nomads: Ontological, Anthropological, and Semiotic Aspects. 2014. [Электронный ресурс] /World congress of the IASS/AIS. 12th. WCS. Sofia. 2014. URL:http://www.iass-ais.org/proceedings2014/view_lesson.php?id=64

⁶⁷ Graham S. Telecommunications and the City./ S. Graham, S. Marvin - L.: Routledge, 1996. P. 199

⁶⁸ Fortunati, L. The mobile phone: Towards new categories and social relations.// Information, Communication & Society, 2002. - 5 (4).

сообществах основаны на принципах «прерывистой доступности присутствия», они глубоко персонализированы и крайне эмоциональны.⁶⁹

Во-вторых, номад включает себя и самостоятельно формирует большое количество социальных кругов, часто переключаясь от одной сети к другой и становясь независимым узлом каждой из них. Таким образом он получает возможность непрерывно и хаотично примерять на себя новые социальные роли, идентичности, бесконечно умножать свои воплощения в пространствах виртуальных сообществ и тем самым удовлетворять свои потребности в общении и самореализации.

Тот факт, что отношения в виртуальных сообществах цифрового номада основаны на общности интересов, ценностей и личных предпочтений, позволяет рассматривать их в контексте терминов «коллективного энтузиазма».⁷⁰ Члены подобных сообществ и виртуальных социальных групп действуют на основе принципов взаимности, взаимовыручки и саморегуляции. Как правило, подобные общности закрыты и враждебны к внешним аудиториям, поскольку одним из главных факторов их возникновения и функционирования становится стремление к получению уникальных знаний, умений и опыта. Они создают собственные зоны и пространства, доступ к которым для членов сообществ возможен из любой точки при условии подключения к Сети. В то же время подобные пространства недостижимы для представителей иных групп с противоречащими взглядами и интересами, а также для внешних экспертных сообществ, способных контролировать коммуникационные процессы в виртуальных измерениях.⁷¹

Преобладание виртуальной коммуникации над реальной приводит к множеству последствий, отражающихся на личности и образе жизни цифрового кочевника. В частности, они касаются психических процессов, трансформации культурных, этических норм, обретающих для номада новые смыслы, значения и измерения. Так, виртуальность как основная форма существования номада неизбежно приводит к возникновению ощущений изолированности и одиночества, преобразуя его чувства реальности и отношение к свободе. Наложение подобных эмоциональных состояний на характерное для цифрового кочевника

⁶⁹ Rheingold H. The Virtual Community./ H.Rheingold. - L.: Secker & Warburg, 1994.

⁷⁰ Abercrombie N.,B. Audiences: A sociological theory of performance and imagination./N.Abercrombie. - Thousand Oaks, CA: Sage. Abbey Records, 1998.

⁷¹ На сегодняшний день в Сети представлено множество закрытых онлайн-сообществ цифровых кочевников ([Tarifa Digital Nomads](#), [Bali Digital Nomads](#) и другие). Кроме того, существуют и реально-виртуальные сообщества, подразумевающие взаимодействие участников как в онлайн-, так и в офлайн-режиме. Например, [«DNXCamp»](#) - сообщество цифровых номадов, взаимодействующих виртуально, а также в форме реального общения в пределах сети коворкинговых и коливинговых зон с аналогичным названием. Участников объединяет именно опыт проживания и работы в данных пространствах. При этом для того, чтобы попасть в один из узлов данной сети, расположенных в Бразилии, Индонезии, Тайланде, Греции, Мексике или США, необходимо пройти анкетирование и собеседование, позволяющие цифровым кочевникам самостоятельно выбирать членов сообщества и не допускать в него тех, кто по каким-то причинам не соответствует их требованиям и предпочтениям.

«здесь-и-сейчас» бытие, в результате которого он лишен долгосрочных планов и осознанного будущего, неизбежно приводит к экзистенциальному кризису.

Стремление к пониманию скрытых смыслов и осознанию собственного предназначения принуждает номада к поиску ответов в доступном – виртуальном – измерении. Проецируя свое «Я» в сетевом пространстве и ожидая увидеть его отражение в глазах членов своих сообществ, он получает лишь закодированные сообщения. В результате его вопросы и сомнения лишь умножаются, а поиск ответов приобретает свойства бесконечности, характерное для всех процессов в виртуальном пространстве.

Форматы и стандарты общения в сетевых сообществах вынуждают цифровых кочевников к созданию и соблюдению новых моральных и этических норм. Сетевой этикет, этика анонимности, уважение правил и норм общения в Сети, принцип защиты информации и тому подобные глобальные нормы становятся обязательными для номада, обеспечивая его гармоничное существование в пределах виртуальных сообществ. Несоблюдение этических норм в виртуальном пространстве грозит сетевым отчуждением, что для цифрового кочевника равнозначно изгнанию – одной из наиболее жестоких форм социального наказания, существовавших в традиционных обществах.

Кроме того, в виртуальном пространстве трансформируются культурные и лингвистические нормы. В первую очередь изменения касаются языка: высказывания в Сети становятся короче, а для представителей сетевого сообщества все меньшее значение имеет содержание сказанного собеседником. Гораздо важнее скорость коммуникационных процессов. Кроме того, большое количество и разнонаправленность информационных потоков не оставляют времени на чтение и осмысление серьезных и содержательных текстов большого объема. Представители виртуальных сообществ предпочитают лаконичные информационные сообщения, которые позволяют им поглощать информацию в соответствии с законами современного общества – быстро, без усилий, в больших количествах, в любом месте и в любой момент времени. Все, что действительно важно – это возможность сетевого подключения.

Итак, цифровой кочевник – уже не просто герой авторских метафорических идей и концепций, примеряющий различные облики, роли, черты и характеристики на страницах научных и публицистических источников, но реальный и активный представитель сетевого информационно-коммуникативного общества. Стремясь адаптировать устаревшие социальные структуры, идеи и системы к личным потребностям, ценностям и правилам игры, он неизбежно изменяется и сам под влиянием всепоглощающих процессов технологизации, цифровизации, медиализации и др. Возрастающая динамика распространения цифрового номадизма в глобальных и локальных общественных границах и постепенное приобретение им статуса одного из наиболее массовых социальных явлений современности делают его объектом

интереса для многих научных направлений, школ, а также практико-ориентированных видов деятельности. При этом базисом, необходимым в качестве отправной точки для многочисленных исследований, а также вектором, направляющим происходящие изменения и преобразования социальной среды, становятся представления о социально-психологических и антропокультурных характеристиках, чертах цифровогономада. Следовательно, первостепенную значимость в данном контексте обретают социально-психологические и культурно-антропологические исследования цифровогономадизма и кочевника как объекта и предмета изучения.

Социально-психологический и культурно-антропологический «портрет» цифровогономада составляет множество важных элементов, среди которых: мобильность и подключенность к Сети как базовые характеристики; важность «здесь-и-сейчас» настоящего по сравнению с прошлым и будущим; утрата значения дома, родственных связей, социальных обязательств и привязанностей; адаптивность и приспособляемость к изменениям; «жизненный аутсорсинг» как ключевой принцип, определяющий образ жизни; предпочтение виртуальных форм коммуникационного взаимодействия живому общению и множество других черт и особенностей, в целом формирующих уникальный образ. И только в случае многостороннего изучения данного глобального социального явления сетевого общества и его представителей возможно достижение гармонии и соответствия между трансформирующейся социальной средой и её представителями – цифровыминомадами.

Выводы к Главе 1:

1. Цифровойномадизм как метафорическое понятие, широко используемое в академическом дискурсе с 60-х гг. XX в., в сетевом информационно-коммуникативном обществе трансформируется в научный термин «цифровойномадизм» как отражение уникального явления современности.

2. Изменения, связанные с формированием нового сетевого информационно-коммуникативного общества, способствовали появлению и развитию новой социально-психологической сущности современного человека – цифрового кочевника, а также новогономадического антропотипа и габитуса. Основными чертами, характеризующими цифровогономада, являются мобильность и подключенность к Сети.

3. Анализ подходов зарубежных и отечественных исследователей (З. Баумана, А.К. Секацкого, И.П. Кужелевой-Саган, В. Ершовой, исследовательской группы компании «Alcatel-Lucent») к типологизации цифровых кочевников позволил определить в качестве базовой в данной работе концепцию И.П. Кужелевой-Саган. В рамках данной концепции этим автором выделено четыре социально-антропологических профиля цифровыхномадов: глобальные

цифровые кочевники – «истинные нетократы» и «собиратели вакансий и впечатлений», а также состоятельные и молодые городские цифровые кочевники как представители локальных воплощений явления цифрового номадизма.

4. Образ жизни и мировоззрение, привычки и потребности цифровых кочевников как представителей глобальных и локальных воплощений социокультурного явления цифрового номадизма становятся объектом, заслуживающим внимания как ученых-исследователей, так и профессионалов-практиков, среди которых одно из ключевых мест в данном контексте занимают специалисты в области рекламных коммуникаций.

5. Базисом, необходимым для понимания и исследования сущности явления цифрового номадизма становятся знания и представления о культурных, психологических, социальных чертах и характеристиках рассматриваемого объекта.

6. Социально-психологический и культурно-антропологический «портрет» цифрового номада составляет большое количество важных элементов, среди которых: мобильность и подключенность к Сети как определяющие характеристики; значимость «здесь-и-сейчас» настоящего; утрата ценности дома, родственных связей, социальных обязательств и привязанностей; адаптивность и приспособляемость к изменениям; «жизненный аутсорсинг» как ключевой принцип, определяющий образ жизни; предпочтение виртуальных форм коммуникационного взаимодействия живому общению и множество других черт и особенностей, в целом формирующих уникальный образ.

Глава 2. Томск как пространство студенческого цифрового кочевничества

2.1. Город-университет: политика цифрового кочевничества vs политика седентаризма

2.1.1. Концепции полиса и цивитаса как отражение противостояния седентаризма и кочевничества

Седентаризм и кочевничество как разнополярные мировоззренческие установки и формы организации жизненного уклада, безусловно, воплощают противоречия и в моделях организации городских пространств. Подобный контраст наблюдается уже на ранних этапах развития цивилизации – на примере противостоящих друг другу концепций и моделей *греческого полиса* и *римского цивитаса*.

Согласно Платону, греческий полис предполагал включенность жителей в управление городом, где каждому отводилась определенная роль, а все процессы основывались на принципе соответствия идей и законов. Политическое внутри полиса выступает в качестве сферы, доминирующей над природными законами и процессами, в результате чего основой концепта полиса становится политическая общность, преобладающая над естественным неравенством, а также значимость публичной сферы и «бытия друг для друга». Таким образом, главными принципами организации здесь выступает упорядоченность (полис окружен стенами, предназначенными для защиты граждан от чужеземцев) и правовая защита, регулирующая социальные процессы и обеспечивающая соблюдение утвержденных принципов государственности внутри заданного городского пространства. При этом важно заметить, что идеальная структура полиса актуальна лишь внутри предметного поля, заданного и поддерживаемого греками.

Полярность концепций греческого полиса и римского цивитаса, согласно позиции французского лингвиста Э. Бенвениста, очевидна уже на терминологическом уровне: значение латинского термина «*civitas*» он определяет как «совокупность, множественность, смесь», что в корне противоположно смыслу греческого «*polis*».⁷² Происхождение подобного различия кроется в истории возникновения Рима как пространства смешения альбийцев, латинян, троянцев, этрусков. Рим – это уже не оборонительная закрытая крепость, окруженная стеной и основанная на принципах симметрии, замкнутости, сферичности и гражданского равенства, но военный лагерь, стремящийся к нападению, захвату, территориальному расширению. Круг, сфера как основа градостроительной планировки и концепция культивирования и удержания границ полиса здесь заменяется крестом как символом стремления к движению и олицетворением римского представления о бытии и существовании.

⁷² Бенвенист Э. Словарь индоевропейских социальных терминов/Э. Бенвенист - М.: Прогресс - Универс, 1995.

В основе строения римского цивитаса лежит принцип сети, где улицы, транспортные пути и магистрали пересекаются под прямым углом и в совокупности объединяют не только входящие в состав города объекты и здания, но и все города империи. Таким образом, Рим как военный лагерь представлял собой и город-сеть, объединяющую локальное и глобальное, и империю одновременно.⁷³ Олицетворением образа Рима как города-сети являются таблицы «Пейтингериана», существовавшие в имперской почтовой системе: карты, включающие все части империи, расположенные с севера на юг, представляли собой именно таблицы, основными критериями построения которых выступали расстояния, углы и траектории движения.⁷⁴ Детали ландшафта (моря, горы, речные узлы и каналы и др.) в данной системе не учитывались, что свидетельствует, во-первых, о фокусировке городской и имперской сети лишь на себе и своих чертах, признаках и характеристиках, а во-вторых, может рассматриваться как подтверждение мировоззренческого принципа пространственной свободы и неограниченности, свойственного римлянам.

Жители греческого полиса и римского цивитаса существенно отличались основами своей социальной природы. Если для грека ограниченное пространство внутри полиса определяло жизненные ориентиры, установки, его сущность вообще, а изгнание из него было тождественно проклятию, то римлянин – есть подлинный номад, для которого цивитас с его дорогами и улицами суть трасса или коммуникационная система. Кроме того, субстанциональным отличием римского и греческого социумов является внимание их представителей в отношении вопросов внутреннего мира человека – жителя полиса и цивитаса. Так, одной из черт, характеризующих общественную организацию римского города, является принцип «идеала частой жизни». Подтверждение данного факта можно найти в «Письмах к Луцилию» Сенеки, где предметом бесед выступает внутренний мир гражданина римского цивитаса. Совсем иначе строятся рассуждения представителей греческого полиса – Аристотеля («Никомахова этика») и Платона («Алквиада I»). Здесь объектом внимания выступают уже не личность, душа и внутренний мир, но нравы и обычаи.

Итак, модели и концепции организации городских пространств полиса и цивитаса становятся одними из наиболее ранних систем, олицетворяющих противоречие между седентаризмом и кочевничеством. В первую очередь несоответствие и противостояние выражается здесь в антонимии определений человека как политического животного существа (Аристотель) и существа социального («animal sociale», Сенека), а также в открытости или

⁷³ Веселова С. Б. Город. Между архитектурным проектом и информационной сетью./ С.Б. Веселова - Ridero.ru, 2015. - С. 94.

⁷⁴ Веселова С.Б. Преодоление хаоса. Жизненный мир мегаполиса в концептах, архитекторов, философов и социологов начала XX века// СПб.: Вестник РХГА. – 2014. - №1.

замкнутости систем городов как пространств, определявших мировоззрение, жизненные установки и ценности их жителей.

В дальнейшем именно модель полиса становится основой Европейской цивилизации, где ключевыми принципами, по мнению американского социолога Р. Парка, выступают седентаризм и преобладание политического над социальным.⁷⁵ Развиваясь как базис познания, находящегося в покое разума, противостоящего состоянию движения и пространственного перемещения, «седентаристская метафизика» переходит на высшую ступень развития в Западной цивилизации периода модерности.⁷⁶ Поток и движение здесь достигают апогея отрицания, означающего их тождественность с примитивным, животным и иррациональным как состояниями, противоречащими принципам организации общества. Нарушение привычного порядка вещей и изменение местоположения, пространственные перемещения людей и предметов воспринимаются как ошибочные, противоречащие правилам, «грязные». По мнению американского антрополога Л. Малки, «седентаристские допущения о привязанности к месту приводят к тому, что перемещение определяется не как факт социологического контекста, но как внутреннее патологическое качество перемещенных».⁷⁷

Концепт политического усиливался по мере возникновения и укрепления контроля за перемещениями людей, который стал обязательным звеном общественного порядка в буржуазных государствах. В данном контексте базисом седентаристской государственности становится порядок однородности, а основой для классификации выступает национальная принадлежность. В соответствии с точкой зрения немецкого философа и социолога М. Вебера, город как подобие полиса возникает в момент институализации общества, где им создаются источники политического и экономического доминирования. В результате возникновения институтов как источников власти, контроля и управления происходит бюрократическая рационализация – основа для построения национального государства и, как следствие, критично территориализированной идентичности.⁷⁸

Противопоставление познания, рационального мышления и движения, характерное для логики седентаризма, привело к множественным социальным последствиям, распространившись на восприятие мира и организацию жизни жителей Западных государств эпохи Модерна. Так, хождение как акт движения все сильнее утрачивало значение, воспринимаясь как удел простолюдинов. Куда более престижной и свидетельствующей о

⁷⁵ Парк Р. Город как социальная лаборатория. // Социологическое обозрение. - М., 2002. - Том2. - №3.

⁷⁶ Трубина Е.Г. Мобильность и седентаризм в социально-теоретическом дискурсе // Социальная философия и социология, - 2012. С. 27-28

⁷⁷ Malkii L. National Geographic: The Rooting of Peoples and the Territorialization of National Identity among Scholars and Refugees // Culture, Power, Place: Explorations in Critical Anthropology - ed. A. Gupta, J. Ferguson. Durham, - 1997. P. 62

⁷⁸ Вебер М. Избранное. Образ общества/ М. Вебер; пер. с нем. М. И Левина – М.: Юрист, 1994

высоком статусе человека в обществе мыслилась возможность пространственного перемещения с использованием внешних средств. По мнению американского журналиста Р. Солнит, решающее значение в обесценивании пешего передвижения сыграло открытие Первой междугородной пассажирской железной дороги между Манчестером и Ливерпулем.⁷⁹ В результате сформировалось отношение к пространству как капсуле, вместилищу, позволяющему телу и разуму пребывать в покое, воспринимая окружающую действительность лишь с использованием ресурсов зрения. По мнению шотландского антрополога Т. Ингольда, именно «ценность, придаваемая седентарному восприятию мира, опосредованному предпологаемо превосходящим все другие чувства зрением и не нарушенному тактильным и синестическим ощущением ног», является причиной возникновения «сидящего общества», актуального для западных стран уже более двухсот лет.⁸⁰

Процессы формирования национальных государств, территориализация идентичности, противопоставление движения и разума, утрата ценности хождения и преобладание зрительного восприятия реальности приводят к окончательному утверждению принципов укорененности и подозрительности к различным формам мобильности. Универсальным становится «контейнерное» мышление, предполагающее восприятие мира как целого, поделенного на единицы с четко определенными границами, и осознание человеком себя как составной части одной из них.

Однако на рубеже XX и XXI веков идея восприятия пространства как «пассивного контейнера», вместилища социальных отношений и национальных государств начинает утрачивать свое значение и бывшее всепоглощающее могущество. Глобальная технологизация, массовое распространение сети Интернет, постепенный отказ от противопоставлений «центр» / «периферия», «внешнее» / «внутреннее» привели к возникновению нового социального сознания. Так, французский философ М. Серр говорит о необходимости перехода от метафоры «контейнера» к образу сети в процессе осознания городского пространства. Автор отождествляет текущую глобализацию и виртуализацию города с превращением его в информационную сеть, что, по мнению Серра, означает возвращение к модели и концепции римского цивитаса.⁸¹ Исходя из заданной логики, в современных городах в сложную и единую сеть сплетаются уже не улицы и дороги, как когда-то в Риме, но каналы, потоки и узлы сотовой связи и цифрового подключения. Город-сеть с каждым днем все больше удаляется от пространства полиса, скованного политикой, идеологией и архитектурой, превращаясь в

⁷⁹ Solnit R. *Wanderlust. A History of Walking.* / R. Solnit. - Wanderlust - N. Y., 2000. P. 256

⁸⁰ Botkin D. *Discordant Harmonies: A New Ecology for the Twenty-First Century.* / D. Botkin. - N. Y., 1990.

⁸¹ Serres M. *Angels: A Modern Myth.* Paris. / M. Serres - Flammarion., 1995.

мобильный организм с умножающимися вариантами траекторий, скоростей, ритмов и возможностей.

Переосмысление города в контекстах его переходности, мобильности, детерриториализации, сетевой природы воплощается также во взглядах французских философов Ж. Делеза и Ф. Гваттари. В концепции авторов современный город отождествляется с образами дороги, потока горизонтальных линий, сети, а определяющими становятся функции циркуляции течений и фундаментальная связь с другими городами как узлами глобального сетевого пространства. «Город представляет собой порог детерриториализации, так как какой бы материал не входил в него, он должен достаточно детерриторриализоваться, чтобы включиться в сеть, подлежать поляризации, следовать круговороту городского и дорожного запечатления».⁸²

Сетевизированные города, включаясь в процессы глобального детерриториализованного кругооборота в качестве узлов глобальной сети, создают поливерсальный мир, образованный пересекающимися потоками и множествами локальных систем движения. Немецкий теоретик электронных медиа Ф. Киттлер также рассматривает современный город в сетевом измерении, акцентируя внимание на утрате смыслов существующих категорий «центр-периферия»: «Города больше не представляют собой ни паноптикумов, обозримых из собора или замка, ни промышленных машин, они не заключены в стены и укрепления, они образовали сеть, которая состоит из пересекающихся сетей, рассекающих и соединяющих города и стирающих представления о центре и периферии. Независимо от этих сетей, будь то передача информации (телефон, радио, телевидение, киберсеть) или энергии (водоснабжение, электричество, дороги), все они представляют формы информации».⁸³ Таким образом, изменения модели «центр-периферия» означают трансформацию смыслов локальности: каждый узел есть центр множества сетей, и каждая локальная единица включена в глобальную сеть.

Обретая сетевую сущность, современный город, согласно взглядам М. Серра, перестает быть ограниченным и структурированным монументальным образованием, становясь «архипелагом конструкций в разнообразии пространств мира».⁸⁴ Он освобождается еще и от глобального контроля и власти, в результате чего значительно возрастают возможности мобильности и, как замечает Серр, материализуется мечта о вездесущности.⁸⁵

Опираясь на работы Р. Роджерса, сооснователя Ассоциации Историков Городов (EAUN), определявшего коммуникацию главной функцией города как открытого публичного

⁸² Deleuze G. City-State./G. Deleuze, F. Guattari //Rethinking Architecture. A Reader of cultural Theory. - Ed. N. Leach. L. Routledge. - 1977.

⁸³ Fridrich A. Kittler. Die Stadt ist ein Medium. / Fridrich A. Kittler. Mythos Metropole. Suhrkamp. Frankfurt. - M., 1995.

⁸⁴ Serres M. Angels: A Modern Myth. Paris./ M. Serres - Flammarion., 1995. P. 130

⁸⁵ Там же, с. 129

пространства, немецкий медиа-философ Ф. Рётзер предлагает описывать современный мегаполис, используя метафору «чипа». По мнению автора, именно чип – метафора городского пространства из области компьютерной техники – отражает действительную природу современных социальных пространств. Новый город по аналогии с используемым цифровым прибором разделен на части, которые сообщаются и образуют сложную систему в результате формирующегося многообразия связей, узлов, передатчиков. Кроме того, именно метафора чипа позволяет заметить неизбежность увеличения скорости циркуляции коммуникационных потоков в городах по мере формирования, сгущения сети и уменьшения значимости пространства-времени. В подобном контексте все очевиднее становится картина сетевых переплетений и судьба мест, лишенных возможности включения в структуру чипа: части города без доступа к сети данных превратятся в информационные пустыни.⁸⁶

Итак, противостояние между седентаризмом и кочевничеством, рассмотренное нами, начиная с антонимичных моделей и концепций греческого полиса и римского цивитаса, в современном сетевом информационно-коммуникативном обществе обретает новые формы и воплощения. Долгое время в социуме доминировали седентаристские представления, основанные на принципах структуризации, оседлости, перманентной территориализации, национальной идентичности, организации пространств в соответствии с моделью полиса и преобладания политического над социальным, норм и обычаев над личным и индивидуальным. Однако на рубеже XX и XXI веков под влиянием многочисленных социальных, экономических, технологических процессов, где одним из ключевых является появление и массовое распространение сети Интернет, происходят изменения, которые не могут не отразиться на городах как единицах глобального социума. Многие исследователи связывают происходящее с переходом от главенствовавшей долгое время концепции полиса, а следовательно, седентаристской метафизики как основы мировоззрения, к модели цивитаса и все большей значимости мобильности и нomaдизма. Современный город рассматривается в образах и метафорах сети, потока, дороги, чипа, что отражает очевидные для авторов социальные трансформации. В подобных условиях актуальными становятся вопросы: готовы ли локальные, в том числе и городские, пространства и их жители к принятию подобных изменений и жизни в новом, сетевом, мобильном и кочевом обществе? Насколько оправданы утверждения об утрате седентаристских ценностей, убеждений и ранее нерушимых правил в современных локальных пространствах глобального социума? Актуальны ли описываемые реалии глобальной сетевизации городов для пространства и объекта нашего внимания в данной работе – города Томска?

⁸⁶ Roetzer F. Urbaninitaet in den Netzen // Mythos Metropole. - F/am Main. - 1995.

2.1.2. Оседлость и номадизм в пространстве города-университета

Томск как образовательный и научный центр начинает свое становление с открытия в 1888 году Императорского томского университета (ИТУ), который был воспринят сибирским обществом как «светоч», «высший рассадник».⁸⁷ Именно Университет стал источником динамично формировавшейся в конце XIX века общности города и региона, поскольку с ним были связаны ожидания и надежды всей сибирской общественности, принимавшей активное участие и оказавшей поддержку развитию науки и Томска в целом.

Развитие томского образовательного комплекса, а вслед за ним и всей сибирской науки проходило при активном участии представителей большинства существовавших в России университетов. Несмотря на многочисленные опасения, связанные с трудностями привлечения научно-педагогических кадров, благодаря усилиям В.М. Флоринского в Томск для осуществления преподавательской деятельности прибыли не только молодые ученые, но и известные профессора. Среди них: физик и математик Н.А. Гезехус (Петербург), гистолог и эмбриолог А.С. Догель, минеролог и геолог А.М. Зайцев, зоолог Н.Ф. Кащенко (Харьковский университет), ботаник С.И. Коржинский, фармаколог Э.А. Леман, анатом и антрополог Н.М. Малиев (Казанский университет).⁸⁸ Участие в становлении университета не только известных ученых-медиков, но и представителей иных научных направлений стало основой для создания кафедр геологии, химии, физики, которые способствовали расширению Университета и горизонтов сибирской науки. Кроме того, присутствие в составе ИТУ представителей различных областей знаний и многогранных научных традиций, начиная с ранних этапов его развития, сформировало одну из основных черт томского научно-образовательного комплекса – стремление к многогранному сотрудничеству его представителей, частей и организационных сегментов.

Основной задачей Томского университета как первого высшего учебного заведения Сибири с момента его создания стало исследование природы, естественных богатств, культуры и общества сибирского региона. В частности, уже в первые годы после открытия в Университете были образованы студенческие сибирский и экономический кружки⁸⁹, участники которых стремились к разностороннему изучению Сибири и видели в этом свое главное предназначение: «Томский университет должен помнить святыя заветы «лучших граждан окраины», которые завещали ему великую миссию: развитие культурного уровня сибирского

⁸⁷ Антащук Л.К. Место праздника в мире университета/ Л.К.Антащук , Т.В. Безменова // Проблемы духовной жизни (материалы круглого стола). – Томск., 1992. С. 43-44

⁸⁸ Жеравина А.Н. «Отечеству и науке» - девиз университетских студентов дореволюционного Томска // Вестник Томского государственного университета. – 2005. - №289. С. 159

⁸⁹ Сибирский студент[Текст], 1915, №5-6

общества, пробуждения в нем областного самосознания и разработку научных знаний в области этнографии, естествознания, экономики. Мы, студенты-сибиряки, должны свято хранить великие заветы! Все мы – будущие деятели среди сибирского общества, и жизнь требует от нас определенного отношения к её нуждам и запросам».⁹⁰

Важно отметить, что с первых дней существования Томский университет стал источником знаний, образования для представителей различных регионов страны. Так, в числе студентов Университета были выпускники как сибирских, так и Европейской России гимназий и духовных семинарий. Вплоть до 1913 года число приезжавших для получения высшего образования в Томск из-за Урала значительно превышало количество студентов-сибиряков.⁹¹ При этом уже среди первых выпускников Университета более половины остались на службе в Сибирском регионе.⁹²

Как уже было отмечено в обращении представителей сибирского и экономического кружков к томскому студенчеству, одной из важнейших задач, стоявших перед Томским университетом, являлось исполнение роли не только научного и образовательного, но и культурного центра Сибири. Благодаря усилиям профессоров и студентов Университета распространение знаний, просвещение населения региона стало постоянным явлением в сибирском обществе. Для жителей Томска регулярно организовывались открытые лекции, беседы на самые разнообразные темы (например, профессором А.М. Зайцевым были подготовлены и прочтены лекции «О геологическом строении Томска», «Подземные воды и значение их для населения, в частности для населения г. Томска»⁹³). Кроме того, ученые Университета и студенты старших курсов занимались популяризацией научных знаний, используя возможности выездных лекций для посещения других городов Сибири (Красноярска, Новониколаевска, Тобольска, Нарыма и др.).

В начале XX века состоялось открытие Томского Технологического Института. Долгое время пребывая в статусе единственного технического высшего учебного заведения на территории Азиатско-Тихоокеанского региона России, ТТИ стал источником множества научных достижений страны и значительно увеличил образовательный потенциал города и региона.

Серьезные проверки на состоятельность и компетентность пришлось пройти научно-педагогическому сообществу и томским университетам вообще в период радикальных реформ

⁹⁰ Сибирская жизнь[Текст], 1908, 14 ноября

⁹¹ Краткий исторический очерк Томского Университета за первые 25 лет его существования (1888-1913). – Томск., 1917. С. 99-100

⁹² Торжество открытия юридического факультета Императорского Томского Университета // Годичный акт в Императорском Томском Университете 22 октября 1898 года. – Томск., 1899. С. 9

⁹³ Ищенко О.В. Томский университет в городском пространстве Сибири (конец XIX – начало XX вв.) // Вестник Югорского государственного университета. – 2012. - №1(24). С. 21

1920-х гг., а затем и в годы Великой отечественной войны. Однако, несмотря на сложные условия, университетам Томска удалось, во-первых, сохранить содержание и неразрывную связь высшего образования с наукой, во-вторых, продемонстрировать высокий уровень адаптируемости и динамичности научно-образовательной системы, сумев переориентировать весь накопленный потенциал на нужды фронта в кратчайшие сроки. Благодаря этому в дальнейшем томские университеты и сам город смогли не только сохранить статус ведущего научно-образовательного центра Сибири, но и открыть перед собой перспективы достижения новых рубежей – процесс бесконечного развития и совершенствования, не прекращающийся и сегодня. Следовательно, еще одной ключевой характеристикой томского научно-образовательного комплекса является его «гибкость в ориентации на принципиально новые научные направления и универсальность в плане возможностей системного решения поставленных временем задач».⁹⁴

В рассмотренном нами кратком историческом обзоре зарождения и становления Томска как научно-образовательного центра и города-университета становятся заметны многочисленные противоречия между седентаристскими представлениями, характерными для западной культуры и России XIX-XX вв., и номадическими тенденциями, обнаруживающими себя в томской среде уже с момента открытия Университета. Так, с одной стороны, проявления территориализации в направленности научных исследований в большей степени на Сибирский регион как объект изучения, выражение высшей степени региональной идентичности даже в динамичной и изменчивой образовательной среде⁹⁵, стремление научно-образовательного сообщества к направлению выпускников Университета на службу нуждам Сибири свидетельствуют о главенствующей роли седентаристских воззрений в пространстве города-университета. Однако присутствуют и примеры, позволяющие усомниться в главенствующей роли логики седентаризма: с момента основания Университета Томск становится городом, открытым для миграционных потоков поступающих и представителей научно-педагогического сообщества. В результате образовательной и профессиональной миграции происходит не только изменение места проживания, но и трансформация региональной идентичности, социальной принадлежности⁹⁶, что в корне противоречит принципам укорененности, оседлости, «контейнерному» мышлению, характерным для седентаристской метафизики. Кроме того, как

⁹⁴ Костерев А.Г. Томский научно-образовательный комплекс (посл. четв. XIX – сер. XX в.)/ А.Г. Костерев, Д.В. Хаминов // Вестник ТГПУ. – 2012. - №9(124). С. 19

⁹⁵ Об этом свидетельствуют утверждения «мы, студенты-сибиряки», «мы – будущие деятели среди сибирского общества», представленные в обращении представителей сибирского студенческого кружка к томскому студенчеству.

⁹⁶ Данное утверждение подтверждают факты о числе выпускников ИТУ, оставшихся на службе в Сибирском регионе, а также биографические данные представителей прибывшего в Томск профессорско-преподавательского состава, сообщающие о том, что Университет стал постоянным местом научной и преподавательской деятельности для многих из них.

мы можем заметить, социальная и научно-образовательная среда Томска изначально не ограничена городским пространством, распространяя свое влияние и формируя общность с регионом в целом. Следовательно, город-университет невозможно отождествить с «контейнером» как единицей седентарного мышления, однако он все же остается вписанным в пределы локального пространства, коим выступает Сибирский регион.

В XX веке томский научно-образовательный комплекс значительно увеличил свои масштабы: в городе были открыты медицинский, педагогический, инженерно-строительный институты, институт радиоэлектроники и электронной техники, создан Томский научный центр Российской академии наук⁹⁷, построен Академгородок. Высшие учебные заведения и научно-образовательный комплекс в целом все больше воспринимаются томской общественностью и жителями сибирского региона как градообразующие. Однако параллельно с развитием науки и образования в Томске продолжают укрепляться и седентаристские воззрения: город-университет во времена Советского Союза лишен возможностей развития международной деятельности и закрыт для посещения иностранцами⁹⁸, а главной задачей высших учебных заведений по-прежнему является «удовлетворение потребностей региона в кадрах»⁹⁹ и «наращивание человеческого и интеллектуального потенциала территории».¹⁰⁰ Одним из инструментов седентаристской политики, способствующим достижению ведущих целей томской науки и образования, становится метод распределения выпускников вузов. Таким образом заинтересованные стороны (университеты и региональные предприятия) получали гарантированные возможности распоряжения лучшими профессиональными кадрами в соответствии с нуждами и потребностями региональной экономики.

Отголоски и результаты седентаристской политики Советского времени заметны и сегодня. Популярны данные о самой высокой в стране доле населения с высшим образованием, самом большом количестве научных сотрудников высшей квалификации и преобладающем большинстве дипломированных специалистов среди общего числа занятых в Томске¹⁰¹ могут быть рассмотрены не только как подтверждение высокой степени

⁹⁷ В состав Томского научного центра Российской академии наук вошли институты: оптики и атмосферы, сильноточной электроники, физики прочности и материаловедения, химии нефти и др.

⁹⁸ Замятин А.В. Международная образовательная деятельность /А.В. Замятин, И.В. Кокарева, Г.Ф. Бенсон // Высшее образование в России. – 2011. - №4. С. 95

⁹⁹ Томских А.А. Механизмы конкурентоспособности научно-образовательных систем: зарубежный и национальный опыт // Ученые записки ЗабГУ. - 2015. - №1(60). С. 144

¹⁰⁰ Головчин М.А. Уровень развития научно-образовательного пространства в регионах России/ М.А. Головчин, Т.С. Соловьева// Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2012. - №5(23). С. 197

¹⁰¹ В Томской области высшее образование имеет 30% трудоспособного населения, здесь самая высокая в России доля работников с высшим и средним образованием от общего числа занятых. Кроме того, регион лидирует в России по концентрации научных сотрудников высшей квалификации: показатель составляет 16 человек на тысячу жителей. (Инновации в головах. : [Электронный ресурс] / Официальный интернет-портал Администрации Томской области. 2015. URL: <https://tomsk.gov.ru/smi/front/view/id/3>) (Дата обращения: 3.05.16))

образованности жителей города и его статуса научного центра Сибири. Эти же количественные и процентные показатели отражают действенность советской политики седентаризма, а также свидетельствуют об эффективности актуальной и сегодня¹⁰² методики распределения и трудоустройства выпускников университетов: многие (большинство) студентов томских вузов оставались и остаются в городе или Сибирском регионе после завершения обучения. Этот факт косвенно подтверждают и сведения, предоставленные ректором Томского государственного университета систем управления и радиоэлектроники А.А. Шелупановым: «около 80% всех высокотехнологичных компаний, существующих на территории Томской области, возглавляют выпускники ТУСУРа».¹⁰³

Однако к концу XX века эффективность политики седентаризма для Томска начинает вызывать все больше сомнений. Так, направленность ресурсов городского научно-образовательного комплекса на удовлетворение потребностей томских и сибирских предприятий, стремление университетов к тому, чтобы оставить как можно больше выпускников в пределах сибирского научного центра приводит к перенасыщению рынка высококвалифицированными специалистами. Для молодых кадров остается все меньше перспектив и возможностей профессионального роста, что становится одной из причин, по которым у представителей студенческой среды с каждым годом ослабевают желание и стремление остаться жить в Томске. Кроме того, ряд внешних факторов, среди которых невыгодная территориальная расположенность города и сложные климатические условия, также влияют на отношение представителей молодежной среды к Томску как месту постоянного проживания. В результате к началу XXI века Томск все больше связан с образом исключительно города-университета в сознании приезжих абитуриентов и студентов, стремящихся к получению качественного высшего образования и планирующих лишь временную «остановку» в сибирском научно-образовательном центре для достижения своих целей.¹⁰⁴

С периодом конца XX – начала XXI века также связан ряд изменений. Отдаляясь от ранее преобладавшей концепции полиса, Томск все очевиднее приближается к модели цивитаса как

¹⁰² На протяжении многих лет томские университеты формировали сообщества «дружественных» высокотехнологических предприятий, которые обеспечивали эффективную реализацию методов распределения и трудоустройства выпускников, предоставляя рабочие места. На сегодняшний день сообщество при Томском государственном университете (ТГУ) насчитывает более 40 наукоемких предприятий, при Томском политехническом (ТПУ) – более 70, а Томский госуниверситет систем управления и радиоэлектроники (ТУСУР) взаимодействует с более чем 130 предприятиями для реализации подобных целей и задач. Следовательно, метод трудоустройства выпускников, а значит, и политика седентаризма, актуальны для томского научно-образовательного комплекса и сегодня.

¹⁰³ Югринова Н. Инновации в головах // Бизнес-журнал. – 2015 - №1. – январь. С. 56

¹⁰⁴ Кашпур В. В. Социокультурная адаптация мигрантов: проблемы и стратегии: томский кейс / В. В. Кашпур, И. Г. Поправко // Вестник Томского государственного университета. - 2012. - № 354 (январь). С. 90

пространства господствующего движения. Утрачивают значение и ценности седентаризма как основополагающего принципа существования и развития научно-образовательного комплекса и города-университета в целом. В первую очередь подобным изменениям способствует развитие международной деятельности университетов, а также технологизация, темпы и результаты которой в Томске превзошли все российские и многие мировые показатели.

В 1991 году перед томскими университетами – ведущими научно-образовательными учреждениями региона – открываются новые, ранее недоступные перспективы: они получают возможность развивать международное сотрудничество, взаимодействуя с ведущими мировыми центрами науки и образования, реализовывать программы студенческого обмена, привлекать образовательных мигрантов не только ближнего, но и дальнего зарубежья. С этого момента начинается процесс интеграции университетов в мировое научно-образовательное сообщество и формирование образа Томска как перспективного города-университета в глобальном пространстве.

Со временем позиционирование Томска как центра научных исследований и подготовки высококвалифицированных специалистов, признаваемого глобальным международным сообществом, стало одной из главных целей ведущих высших учебных заведений города. Стремясь к интернационализации научных и образовательных процессов, томские университеты начиная с 90-х гг. активно занимались созданием, реализацией, продвижением международных образовательных программ, возможностей академической мобильности студентов, аспирантов, молодых ученых. Увеличению возможностей учебной миграции и интернационализации науки и образования способствовало и подписание Болонского соглашения (2003 г.), «основой которого стало соблюдение общепринятых принципов и стандартов европейского образования, в том числе, и реализация академической мобильности студентов и преподавателей».¹⁰⁵

Результатом международной политики томских университетов на сегодняшний день является широкий спектр программ академической мобильности¹⁰⁶, а также программы интернационализации и вывода на глобальный рынок научных разработок Томских вузов.¹⁰⁷

¹⁰⁵ Шпет Е.Н. Прогрессирование академической мобильности в вузах г. Томска как способ организации учебной миграции студентов /Е.Н. Шпет. - Вестник ТГПУ, 2015. - №7(160). С. 123

¹⁰⁶ В число программ академической мобильности, реализуемых томскими вузами, на сегодняшний день входят: действующие программы академического обмена, совместные с зарубежными вузами образовательные программы, стажировки и практики в зарубежных вузах и организациях, образовательные программы международных консорциумов (Erasmus+, TIME), сетевые образовательные программы включенного обучения, языковые стажировки и др. (Замятин, А.В., Кокарева, И.В., Бенсон, Г.Ф. Международная образовательная Деятельность / А.В. Замятин, И.В. Кокарева, Г.Ф. Бенсон // Высшее образование в России. – 2011. №4. С. 95-98)

¹⁰⁷ Так, Томский государственный университет сотрудничает с многими международными центрами развития технологий с целью повышения эффективности инновационной экосистемы университета. В частности, в апреле 2016 года делегация ТГУ посетила Оксфордский университет и обсудила возможности совместного вывода разработок ученых Университета на международный рынок с представителями оксфордской компании «Isis

Развитие международной деятельности университетов и реализация программ мобильности студентов и научных сотрудников Томска тесно связаны с технологическим развитием городского и научно-образовательного пространства. В начале 2000-х гг. в Томской области впервые в России начинается реализация программы инновационного развития города и региона, где основными направлениями деятельности высших учебных заведений становятся именно развитие новых информационных технологий и экспорт образования.

Высокие темпы внедрения технологий, проходившего при поддержке правительственных проектов и программ и использовании ресурсов городского научно-образовательного комплекса, привели к следующим результатам: инновационная инфраструктура Томска была признана лучшей в стране Министерством экономического развития России; «доля муниципального бюджета в общих затратах на технологическое развитие превышает 15%»¹⁰⁸; успехи Томска в области технологического развития были многократно отмечены в различных рейтингах («Инновации в регионах», «ТехУспех» и др.); в Томске, признанном высокоэффективной и перспективной площадкой, сформирован ИТ-кластер, обеспечивающий дальнейшее развитие цифровых, информационных, телекоммуникационных технологий и их использование в интересах научно-образовательного комплекса – ведущей градообразующей структуры. Частным примером и подтверждением высокого уровня развития технологий в городе-университете может послужить и тот факт, что, по словам губернатора Томской области С. Жвачкина, «радиосвязь на стадионах Бразилии в ходе чемпионата мира по футболу осуществлялась с использованием программного обеспечения томской компании «Элком плюс»».¹⁰⁹

Современная технологизация, увеличивающиеся возможности мобильности и глобального сотрудничества все больше приближают Томск к образу сети как модели современного городского пространства. Формирующиеся локальные и глобальные коммуникационные потоки и каналы с каждым днем увеличивают плотность, подключая к себе представителей научно-образовательного, студенческого сообщества и отдаляя от окончательно теряющих актуальность седентаристских воззрений. Для города-сети они не могут оставаться доминирующими, поскольку сама природа происходящих в нем процессов, потребности, формирующиеся у членов сетевого пространства, требуют перехода к номадизму как базису для всех частей и единиц Томска. И в первую очередь это требование сетевой среды

Innovation Ltd». (Оксфорд выберет разработки ТГУ для вывода на мировой рынок. : [Электронный ресурс] / Официальный сайт ТГУ. Новости. 2016. URL: <http://www.tsu.ru/news/oksford-vyberet-razrabotki-tgu-dlya-vyvoda-na-mirovyy-rynok/> (Дата обращения: 2.03.16))

¹⁰⁸ Инновационная инфраструктура Томской области, май 2015 (Статьи : [Электронный ресурс] / Nano News Net. 2015. URL: <http://www.nanonewsnet.ru/articles/2015/innovatsionnaya-infrastruktura-tomskoi-oblasti> (Дата обращения: 19.05.16)

¹⁰⁹ Там же

распространяется на главную структуру города-университета – томский научно-образовательный комплекс.

Само научно-образовательное сообщество Томска уже признает необходимость отступления от принципов седентаризма ввиду их неактуальности для общества современности, имеющего сетевую информационно-коммуникативную природу. Так, ректор Томского государственного университета Э.В. Галажинский противопоставляет устаревшему седентарному мышлению кочевой образ жизни как один из преобладающих в современном обществе и требующий адаптации к нему в числе прочих и научно-образовательной системы:

«Десятилетиями мы ставили перед собой задачу удерживать «навсегда» в Томске наших лучших выпускников и тех зарубежных и российских иногородних специалистов, которых удавалось привлечь к работе в ТГУ. Сегодняшняя склонность наиболее востребованных молодых и зрелых профессионалов к высокой социальной мобильности делает эту задачу абсолютно неактуальной. Как цифровым кочевникам – постоянным или «сезонным» - им неинтересно много лет жить на одном месте, даже если это не Томск, а Сан-Франциско или Лондон. Поэтому «Сибирские Афины» ненужно позиционировать для них как место постоянного жительства, а ТГУ – как место постоянной работы. Нужно сразу говорить: «Наш университет – это коммуникационный хаб».¹¹⁰

Ректор ТГУ отмечает, что кочевой образ жизни сегодня привлекает в первую очередь активных и востребованных специалистов, ориентированных на поиск новых мест, видов деятельности для достижения одной из главных целей – высокой степени самореализации. Следовательно, Университету как «сообществу свободных творческих личностей» необходимо стать привлекательной площадкой для пусть и временной, но «остановки» перспективных исследователей – цифровых кочевников. Однако достижение подобного результата возможно лишь в случае адаптации научно-образовательной системы к «номадическим реалиям» современного сетевого общества и создания благоприятных «кочевых» условий для работы и жизни, где в качестве основных гарантий выступают принципы свободы, мобильности и равной значимости оффлайн и онлайн-коммуникации.

Подтверждения актуальности подобной позиции присутствуют в концепциях и идеях многих ученых-исследователей сетевого информационно-коммуникативного общества. Так, британский социолог Г. Стэндинг утверждает, что главным стремлением современного человека становится спасение работы как практики и способа самореализации от бессмысленного и однообразного труда.¹¹¹ А по мнению французского философа М. Фуко,

¹¹⁰ Цифровые кочевники: они уже среди нас! Часть 2.: [Электронный ресурс] / Официальный сайт ТГУ. Слово ректору. 2016. URL: http://tsu.ru/university/rector_page/tsifrovye-kochevniki-oni-uzhe-sredi-nas-chast-2/

¹¹¹ Стэндинг Г. Прекариат: новый опасный класс./ Г. Стэндинг - М.: Ад Маргинем Пресс, 2014.

социальные практики и образ жизни людей сегодня выходят далеко за пределы структурированных пространств социальных институтов (к которым, в числе прочих, относится и институт науки и образования) и существуют в пределах гибких и подвижных сетей. При этом, по замечанию Фуко, «аппараты дисциплинарной нормализации продолжают существовать», однако вынужденно адаптируются к изменениям и превращаются из иерархизированных систем в сеть.¹¹²

Стоит также отметить, что современная студенческая аудитория также подвержена влиянию цифрового нomaдизма и заинтересована в возможностях получения образования в процессе «кочевания». Вопросы адаптации образовательной системы к интересам и потребностям представителей данной аудитории сегодня привлекают внимание как ведущих зарубежных университетов, так и высших учебных заведений Томска.¹¹³ Для людей, ведущих кочевой образ жизни, имеющих возможность подключения к Сети и желание получить знания и образование, находясь в движении, разрабатываются разнообразные дистанционные курсы и программы, уже существует множество образовательных направлений, предполагающих формирование необходимых компетенций в режиме дистанционного онлайн-обучения (см. §2.2).

Проблема перехода университетов к новой – «сетевой» и «кочевой» - модели существования осложняется несоответствием современных возможностей, требований социальной среды и условий, диктуемых отечественным трудовым кодексом, созданным еще до начала глобальных процессов цифровизации, технологизации и сетевизации. Однако и здесь уже заметны первые шаги к воплощению изменений, необходимых для научно-образовательной среды в современных условиях. В частности, в ряде законодательных и программных документов, ориентированных на развитие научно-образовательного пространства РФ, в числе основных целей представлены: «развитие кадрового потенциала в сфере науки, образования, технологий и инноваций»; «создание соответствующих социальных условий для эффективной деятельности ученых, педагогических работников, всех участников научно-образовательного процесса»; «подготовка высокообразованных людей, способных к профессиональному росту и профессиональной мобильности»; «создание программ, реализующих информационные технологии в образовании, открытость системы образования и

¹¹² Фуко М. Археология знания / М. Фуко: пер. с фр. М.Б. Ракова, А.Ю. Серебрянникова. – СПб.: Гуманитарная Академия, 2004

¹¹³ На сегодняшний день преподавателями ТГУ разработано 12 образовательных курсов, представленных на образовательной платформе «Coursera», а также курсы на платформах «Лекториум», «Iiversity», «Stepic.org». (Цифровой SMM-проект: виртуальная платформа для бизнес-коммуникаций. : [Электронный ресурс]/Школа MOOK. ТГУ. 2016. URL: <http://mooc.tsu.ru/ru/list/> (Дата обращения: 23.05.16))

учебных заведений».¹¹⁴ Присутствие подобных целей в качестве ориентиров развития науки и образования в России, а следовательно, и в Томске как городе-университете, позволяет предполагать, что адаптация научно-образовательной системы к сетевой природе современности и кочевому образу жизни ее представителей достижима и, возможно, произойдет в ближайшем будущем.

В контексте адаптации институтов науки и образования к потребностям цифровых номадов как активных представителей сетевого информационно-коммуникативного общества становится важным не только признание актуальности требующихся изменений томским университетским сообществом и преодоление сложностей, возникающих в результате влияния внешних факторов (таких, как несовершенство трудового кодекса). Куда более серьезным и требующим внимания вопросом становится степень готовности среды к принятию и соответствию ожиданиям приезжающих в Томск исследователей и студентов – цифровых кочевников. Университеты и сам город должны ответить на вопросы: чем, почему и в какой степени сибирский город-университет способен привлечь внимание и удержать в пределах своего пространства мобильных и кочующих людей современности.

Безусловно, потенциал Сибирского региона как объекта для уникальных научных исследований, многочисленные коллекции источников, собранные в библиотеках города, экспонаты музеев, научных лабораторий, а также большое количество разнообразных образовательных программ и научно-исследовательских проектов уже сегодня способны привлечь студентов и ученых, ведущих кочевую жизнь и заинтересованных в приобретении исключительных компетенций и опыта. Однако для того, чтобы достичь статуса открытого научного и образовательного коммуникационного пространства, необходимо обратить внимание не только на совершенствование образовательной системы, но и на потенциальные возможности городской среды как сетевого пространства, «оазиса» для цифровых кочевников.

Процесс преобразования Томска в соответствии с ранее рассмотренной моделью и концепцией города-сети требует смещения акцентов конкурентных преимуществ с индустриальных экономических факторов (что означает окончательное отступление от логики и политики седентаризма) к постиндустриальным. Ключевым объектом внимания должна стать инфраструктура как сетевая связующая среда, предполагающая широкий спектр возможностей для самореализации, коммуникации и развития творческого потенциала. Современная инфраструктура как обязательная составляющая города-сети, по мнению архитектора К.

¹¹⁴ Головчин М.А. Уровень развития научно-образовательного пространства в регионах России/ М.А. Головчин, Т.С. Соловьева// Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2012. - №5(23).

Истерлинга, должна предоставлять «точки связи и доступа, позволяющие обнаружить в пространстве повседневности базовые правила мироустройства».¹¹⁵

Согласно концепции американского социолога Р. Флориды, территория, желающая привлечь представителей явления цифрового нómадизма должна создавать благоприятные условия и «дружественную» инфраструктуру, способствующую личностному развитию и реализации способностей. К факторам, способным привлекать, формировать стимулирующую атмосферу, расширять возможности людей и соответствовать потребностям и образу жизни нómадов Флорида относит наличие «третьих мест», толерантность жителей города к различным проявлениям человеческой индивидуальности, открытость новым технологиям.

Сегодня уже заметны первые результаты преобразования Томска в город-сеть с «дружественной» и открытой кочевой инфраструктурой. Так, в городском пространстве и пределах университетов создаются системы коворкинговых зон, кафе, исследовательских залов, соответствующие потребностям цифровых кочевников. И в первую очередь подобное соответствие выражается в доступных возможностях подключения к Сети. Потенциалом предоставления доступа к сетевому подключению обладает все большее число мест, зон и открытых пространств (в том числе учебные корпуса и общежития томских университетов) (см. §2.2). Кроме того, по мнению исследователей современных условий развития инновационной среды и научно-образовательного комплекса Томска Т.А. Булатовой, А.П. Глухова, город-университет отличает «общая атмосфера открытости и толерантности» местного населения¹¹⁶. Подобное утверждение также свидетельствует об успешности преобразования Томска из города с доминирующими седентаристскими воззрениями в сетевое коммуникативное пространство. Однако в процессе формирования образа Томска как открытого сетевого города-университета большое значение имеет не только создание инфраструктуры и привлекательной научно-образовательной и городской среды, но и трансляция подобных достижений и преимуществ как в пределах локального, так и в глобальном пространстве.

Экономист и философ Ф. Котлер вводит термин «маркетинг территории» для обозначения концепции продвижения пространства, где одними из основных целей являются формирование имиджа рассматриваемой территории, укрепление репутации; усиление способности адаптации территориального сообщества к общественным изменениям; повышение привлекательности территории для представителей различных социальных групп.¹¹⁷ Исходя из концепции Котлера, именно достижение результатов в направлении указанных целей как векторов движения

¹¹⁵ Веселова С. Б. Город. Между архитектурным проектом и информационной сетью./ С.Б. Веселова - Ridero.ru, 2015. С. 120

¹¹⁶ Булатова Т. А. Инновационный образ Томска: позиционирование в традиционных медиа и сети Интернет/ Т.А. Булатова, А.П. Глухов А.П.// Вестник ТГПУ - 2014. - №3 (144). С. 162

¹¹⁷ Там же, с. 163

позволит Томску стать городом, привлекательным для внешних аудиторий в глобальном и локальном пространствах.

В течение последних лет в Томске уже предпринимались попытки имиджевого позиционирования города. В частности, в 2004 г. состоялся первый PR-форум «Сибирская шишка», где обсуждались вопросы формирования позитивного образа городского пространства. Кроме того, в рамках экономического форума, проходившего в Красноярске в 2011 г., был представлен проект по созданию Федерального центра образования, исследования и разработок мирового уровня «ИННО Томск-2020». Позднее, в 2013 г., была разработана и представлена долгосрочная целевая программа «развитие внутреннего и въездного туризма на территории Томской области на 2013-2017 гг.».¹¹⁸ Однако образы Томска, выбираемые в качестве основы для имиджевого позиционирования в рамках различных программ, проектов и форумов, существенно разнятся. Так, в различных контекстах использовались концепции «города-форума», «уникального города с богатой культурой и университетскими традициями», «города-транзита», «инновационного центра» и др. Подобная многообразность – скорее недостаток, чем положительная черта стратегии позиционирования, способствующая формированию разобщенных представлений о Томске у различных аудиторий общественности. Следовательно, на сегодняшний день актуальна необходимость формирования, укрепления и трансляции имиджа города, основой которого, как показал ранее представленный анализ текущей ситуации и требований социальной среды, должны стать модели и концепции сети, коммуникационного хаба, глобального и локального научно-образовательного центра и города-университета.

Итак, в современном обществе, долгое время находившемся под влиянием повсеместно господствовавших принципов седентаризма, происходят изменения, трансформирующие его природу в сетевую и кочевую. Подобные процессы отражаются и на городах, которые все больше отдаляются от ранее преобладавших концепций полиса и приближаются к модели цивитаса как пространства господствующих потоков, дорог, каналов и движения. Современные города отождествляются исследователями с образами сетей, узлов, потоков, формируя содержательную общность с сущностью сетевого информационно-коммуникативного общества. Для Томска как научно-образовательного центра, долго находившегося под влиянием седентаристских воззрений, имевших наибольшую силу во времена Советского Союза, также наступает время необходимых изменений и трансформаций, главной целью которых является избавление от локальных границ и включение в глобальную коммуникационную сеть. Актуальность подобных процессов, а также главенствующая роль цифрового номуадизма как

¹¹⁸ Булатова Т. А. Инновационный образ Томска: позиционирование в традиционных медиа и сети Интернет/ Т.А. Булатова, А.П. Глухов А.П// Вестник ТГПУ - 2014. - №3 (144). С. 164

социального явления современного общества признаны научно-образовательным сообществом Томска. Университеты города как главные элементы его структуры уже предпринимают шаги для адаптации научно-образовательной среды к происходящим изменениям и потребностям цифровых кочевников как одних из главных героев глобальных процессов.

Томск как город-университет обладает потенциалом для того, чтобы в будущем действительно стать коммуникационным хабом - узлом, включенным в глобальную сеть и пространством, привлекательным для цифровых номадов. В подобном контексте одной из главных аудиторий, требующей внимания, учета ее интересов и потребностей, становятся студенты – учебные мигранты, современные и будущие обитатели Томска как «оазиса», города-университета и города-сети.

2.2. Студенчество Томска в контексте социальных практик глобального и локального цифрового кочевничества

В городском и социальном пространстве Томска с момента его становления и развития как центра сибирской науки и образования и города-университета именно студенчеству принадлежала одна из ведущих ролей в числе наиболее значимых социальных групп и аудиторий общественности. Однако на протяжении всего XX века в числе представлений о студентах в научно-образовательной и общественной среде Томска в целом вряд ли имели место образы мобильности, пространственной и социальной свободы. Молодые люди, учащиеся томских университетов, долгое время являлись дополнительным демографическим ресурсом, обладающим потенциалом удовлетворения кадровых потребностей города и региона.¹¹⁹ В результате сформировалась не только цель и система удержания выпускников томских вузов в городском пространстве или Сибири, но и комплекс социальных привычек, норм, ценностей, в целом составляющих седентаристское мировоззрение (см. §2.1).

Исследования представителей Томского государственного университета и полученные в результате данные¹²⁰ позволяют утверждать, что седентаризм как социальная установка, доминировавшая в индустриальном обществе, не утратила актуальности среди жителей Сибирского региона и в информационную эпоху. В процессе воспитания и социализации усилиями семьи, школы и иных социальных институтов молодому поколению по-прежнему передаются принципы оседлости, вследствие чего у студентов выражена пониженная мотивация к территориальной мобильности. Так, согласно результатам опроса, проводившегося в 2013 году, около половины учащихся высших учебных заведений Томска планировали остаться жить в городе после завершения обучения, а пятая часть определяла для себя местом постоянного проживания один из городов Сибирского федерального округа. Кроме того, более четверти иногородних и иностранных студентов томских университетов также планировали жизнь в городе или регионе в будущем. При этом важно, что одним из определяющих факторов в ситуации выбора места постоянного проживания студенты определяли возможность приобретения собственного жилья.¹²¹ Однако тот факт, что наименьшую степень привязанности к месту и доминирования принципа оседлости проявили студенты Томского политехнического университета как первого среди томских вузов, обративших внимание на возможности

¹¹⁹ Томских А.А. Механизмы конкурентоспособности научно-образовательных систем: зарубежный и национальный опыт // Ученые записки ЗабГУ. - 2015. - №1(60). С. 145

¹²⁰ Сухушина Е.В. Городское пространство - опыт исследования / Е.В.Сухушина, А.Ю.Рыкун, Н.П. Погодаев // Вестн. Том. гос. ун-та - Философия.- Социология.- Политология.- 2014.- № 1(25). С. 85

¹²¹ Среди студентов, стремящихся к покупке жилья после окончания вуза, большинство являются учащимися Томского государственного педагогического университета (33%) и Томского государственного университета (28%). «Наименее привязанными к месту» оказались студенты Томского политехнического университета. Ориентированы на приобретение жилья и выбор города-университета или Сибирского региона в качестве места постоянного проживания лишь 14% учащихся из ТПУ. (Там же, с. 87)

глобального международного сотрудничества, позволяет предполагать, что изменение седентарного мышления на «кочевое» в значительной степени зависит от социальной атмосферы в среде пребывания студентов. Поскольку именно ТПУ, начиная с 90-х годов XX века, активно занимался формированием мультикультурной и международной среды в пределах своего образовательного пространства, наибольшая космополитичность взглядов студентов-политехников по отношению к убеждениям и ценностям представителей других томских вузов представляется логичным и закономерным следствием различной степени глобализации образовательных систем университетов. Отсюда, картина убеждений и мировосприятия студентов ТПУ должна стать отражением будущего всего студенчества Томска, которое, возможно, уже наступило.

Одним из ключевых факторов, свидетельствующих о безусловном и прогнозируемом приближении «кочевого» мировосприятия и образа жизни в студенческой среде Томска, является принадлежность современных учащихся к поколению «Миллениум» (Н. Хоув, В. Штраус), «поколению Y», «цифровым аборигенам» (М. Пренски) или «сетевому поколению» («NET-Generation» или «N-Geners», Д. Тэпскотт).

Согласно исследованиям Хоува, Штрауса, Тэпскотта, Пренски, Шиехэна, молодые люди, рожденные в период с 1983 по 2003 год, объединены общей и неизменной системой ценностей, отличающих их от представителей предыдущих поколений.¹²² Важнейшим отличительным фактором в данном контексте выступает отношение к новейшим информационно-коммуникативным технологиям, что находит отражение в авторских терминах и метафорах. Так, понятие «сетевое поколение» указывает на безусловную связь представителей с современными продуктами глобальной технологизации – компьютерной и цифровой техникой, программным обеспечением, видеоиграми и сетью Интернет. По мнению исследователей, язык технологий и онлайн-коммуникаций является родным для N-Geners, о чем свидетельствует появление метафорического образа «цифровых аборигенов», противостоящего «цифровым иммигрантам». Первые, по мнению автора метафор, всегда будут превосходить вторых в скорости, эффективности, простоте и в то же время высокой степени грамотности использования технических и технологических возможностей сетевого общества. Для цифровых иммигрантов язык мультимедийных образов, виртуальных символов и знаков, формирующих культуру «всеобъемлющих новых медиа», навсегда останется приобретенным и

¹²² Согласно классификации, разработанной Н. Хоувом и В. Штраусом, структуру общества XX и нач. XXI веков составляют пять основных поколений: 1) первое поколение / поколение победителей и строителей (рожденные в период с 1900 по 1921 гг.); 2) молчаливое поколение (с 1923 по 1943 гг.); 3) поколение беби-бумеров (с 1943 по 1963 гг.); 4) поколение X (с 1963 по 1983 гг.); 5) поколение «Миллениум» (с 1983 по 2003 гг.). Позднее появилось понятие «поколение Y», тождественное поколению «Миллениум», использование которого значительно упростило процесс терминологической идентификации следующих демографических общностей. Так, для рожденных после 2003 г. сегодня используется определение «поколение Z».

усвоенным путем усилий и труда. Подобный «разрыв поколений» отделяет и отдаляет их от цифровых аборигенов, для которых подобные знания, навыки и опыт являются врожденными, а все продукты современного прогресса – привычной частью их личного мировосприятия и глобальной социальной реальности.

Высокая сетевая грамотность и виртуальная активность становятся причинами развития у представителей поколения Y комплекса уникальных социальных навыков, моделей поведения и коммуникационного взаимодействия, личностных ориентаций. Так, компьютер и виртуальная реальность обретают для них значение социального центра – пространства генерации связей, ролей, идентичностей, инструмента «сплочения», источника и транслятора мнений, идей и информации. В результате перманентного пребывания в сетевой среде, где константным становится процесс взаимодействия с мультимедийными образами, сознание N-Geners становится более адаптированным к восприятию визуальных объектов и ориентации в пространстве. Кроме того, информационная насыщенность и высокая скорость потоков данных формируют у них навыки быстрой реакции, способности сортировки и выбора, оценивания и качественного преобразования. Цифровые аборигены способны легко, не теряя лишнего времени, управлять информационными потоками, превращая их из огромной бесформенной массы в структурированную систему знаний.

Представители поколения Y - молодежь и, прежде всего, учащиеся высших учебных заведений - являются одной из наиболее мобильных социальных групп сетевого информационно-коммуникативного общества. Такие факторы, как отсутствие у большинства представителей собственных семей, карьеры, моральных и этических обязательств, «высокая сетевая и технологическая компетентность», возрастные характеристики, открытость новому опыту и амбициозность позволяют им легко адаптироваться к неопределенности, пространственным, социальным, экономическим и иным изменениям, диктуемым различными глобальными процессами современности. Все реже задумываясь о последствиях и результатах своего выбора и личных решений, они готовы к риску и легко встраиваются в ускоряющиеся темпы коммуникационных, пространственных и иных потоков. Сегодняшний студент обладает целым комплексом черт и качеств, отличающих и отдаляющих его от представителей предыдущих поколений. Ключевыми стремлениями, определяющими его жизненные стратегии, выступают свобода, скорость, стремление к инновациям и развлечениям, получение знаний и образования, право на личное социальное пространство, неприкосновенность и свободу слова, а также саморазвитие и самореализация, что непосредственно связано с самостоятельностью и целеустремленностью как базовыми личностными характеристиками.¹²³

¹²³ Носова С. С. Сетевое поколение [Электронный ресурс]: // Воздушный замок, Международный журнал по теории архитектуры. URL: www.cloud-cuckoo.net/fileadmin/issues_ru/issue_32/article_nosova.pdf

Несмотря на то, что развитие мобильных, цифровых и сетевых технологий в Томске происходило ускоренными темпами и город быстро стал одним из главных технологических и инновационных центров не только Сибирского региона, но и России в целом, долгое время большинство студентов томских университетов сложно было отнести к цифровым аборигенам. Поскольку большую часть учащихся высших учебных заведений города составляют иногородние студенты – учебные мигранты¹²⁴ из иных, менее технологически развитых городов Сибири, уровень сетевой грамотности, а соответственно, и степени принадлежности к культуре и ценностным ориентациям цифровых аборигенов, напрямую зависели от того, в каком пространстве и социальной среде проходило взросление и начальная социализация приезжающих. Большинство из них, попадая в общество пользователей Сети, адаптировались к новым для них условиям и моделям социальной активности, однако не могли преодолеть нерушимую границу между цифровыми иммигрантами и цифровыми аборигенами. Технологическое и сетевое неравенство и сегодня продолжает оставаться одной из актуальных проблем Сибирского региона, однако детей, рожденных и взрослевших без контактов с продуктами сетевого общества – мобильными телефонами, компьютерами, сетью Интернет и т.д. – встретить уже практически невозможно. Следовательно, становится допустимым отождествление томских студентов с образами цифровых аборигенов и утверждение, что вышеописанные ключевые ценности и личностные характеристики находят отражение и в студенческом сообществе города-университета.

Итак, постепенная потеря прежней значимости принципов седентаризма, характерная для современного научно-образовательного сообщества Томска и студентов как одной из его ключевых социальных групп, принадлежность представителей томского студенчества к сетевому поколению и постепенное воплощение образов цифровых аборигенов с присущими им ценностями и качествами в лицах учащихся городских вузов, а также растущий поток учебных мигрантов позволяют предполагать актуальность рассмотрения студенческой среды Томска в контексте глобального явления цифрового номадизма.

Поскольку для цифровых аборигенов доминирующими потребностями являются возможность обращения к информационно-коммуникативным технологиям и достижение свободы и независимости, для учебных мигрантов характерна определенная степень мобильности как обязательное условие для достижения поставленной цели (получения

¹²⁴ Социолог и экономист Л.Л. Рыбаковский выделяет шесть типов миграционных потоков: 1) «семейная миграция»; 2) «миграция трудоспособного населения»; 3) миграция высококвалифицированных специалистов»; 4) «этническая миграция»; 5) «учебная миграция» (миграционный поток, возникающий как следствие формирования предпосылок для получения высшего образования бакалаврами, специалистами, магистрантами); 6) «образовательная миграция» (более широкий формат миграционного потока, включающий как участников процесса учебной миграции, так и аспирантов, докторантов, слушателей с образовательными целями). (Рыбаковский Л.Л. Изучение миграционных процессов в России и формирование научных направлений // Миграция населения. Вып. 1. М., 2001)

качественного образования в одном из университетов Томска), а отказ от седентаристских воззрений предполагает в первую очередь отступление от принципов оседлости, то логичным представляется вывод о том, что для современных томских студентов также важны мобильность и подключенность к Сети – главные черты, характеризующие цифровых кочевников.

Кроме того, широкий диапазон возможностей академической мобильности, программ международного студенческого обмена, дистанционного образования и онлайн-курсов, доступных для студентов томских университетов на сегодняшний день, позволяют рассматривать представителей студенческого сообщества города-университета в контексте не только локальных, но и глобальных практик цифрового кочевничества.

2.2.1 Студенческая академическая мобильность в университетах Томска в контексте глобальных практик цифрового кочевничества

Академическая мобильность¹²⁵ на сегодняшний день является одной из приоритетных эффективных образовательных стратегий не только в странах и университетах Европы, но и в России. Развитие информационных технологий и экономики позволило отечественному научно-образовательному сообществу расширить свои границы и выйти на новый – глобальный – уровень. Сегодня российские высшие учебные заведения имеют множество возможностей и путей для интернационализации образовательных потоков, формирования многочисленных международных связей и развития сетей межкультурных коммуникаций. Благодаря доступности и открытости подобных возможностей мобильности и коммуникации университеты страны становятся не только принимающей стороной и источником знаний и образования для с каждым годом растущего числа иностранных учебных мигрантов, но и открывают перед своими студентами доступ к международным образовательным системам, генерируя потоки студенческой мобильности и обмена. При этом данное направление развития научно-образовательной системы активно поощряется и стимулируется государством, о чем свидетельствует, в частности, увеличение числа бюджетных мест, доступных для иностранных граждан в высших учебных заведениях России.¹²⁶

¹²⁵ Комитетом министров Совета Европы академическая мобильность определяется как «перемещение кого-либо, имеющего отношение к образованию, на определенный (обычно до года) период в другое образовательное учреждение (в своей стране или за рубежом) для обучения, преподавания или проведения исследований, после чего учащийся, преподаватель или исследователь возвращается в свое основное учебное заведение». Наиболее распространенными формами академической мобильности на сегодняшний день являются: совместные программы, программы двойных/тройных дипломов, программы двойной аспирантуры и др. (Микова, И.М. Понятие и сущность академической мобильности студентов / И.М. Микова//Сибирский педагогический журнал.- 2011.-№ 10. С. 269)

¹²⁶ В 2003 г. соответствующая квота составляла 7 тыс. чел., а с 1 января 2009 года была увеличена до 10 тыс., что составляет около 10% иностранных студентов очных отделений отечественных университетов. (Образование от М.В. Ломоносова до наших дней: под ред. В.А.Садовниченко. – М., 2012. – с. 58)

Томск как крупный научно-образовательный центр занимает третье место среди городов России по числу иностранных студентов, уступая лишь Москве и Санкт-Петербургу. Каждый из шести государственных вузов города-университета стремится развивать направление академической мобильности, активно выступая как в роли принимающей стороны для студентов из стран ближнего и дальнего зарубежья, так и формируя благоприятные условия и обеспечивая доступность возможностей выезда собственных учащихся за границу в образовательных и исследовательских целях. Так, для студентов томских университетов организован и реализуется широкий спектр образовательных программ академической мобильности, среди которых:

- программы двойного диплома, позволяющие студентам получить в результате завершения обучения две степени в смежных образовательных направлениях;
- совместные (сетевые) образовательные программы выключенного обучения, подразумевающие взаимодействие и комплексную реализацию образовательной программы с предприятиями и высокотехнологичными организациями или ведущими (в том числе зарубежными) образовательными учреждениями;
- программы студенческого обмена, предполагающие прохождение обучения в течение семестра/учебного года в вузе-партнере;
- образовательные программы международных консорциумов (Т.І.М.Е, Erasmus);
- тематические (в том числе летние) школы – разнообразные теоретические курсы и семинары, организуемые зарубежными и томскими университетами-партнерами;
- стажировки и практики в зарубежных вузах и организациях.¹²⁷

Безусловным лидером среди вузов города-университета в вопросах успешной реализации образовательной стратегии развития студенческой академической мобильности является Томский политехнический университет (ТПУ). По данным на 2015 год, в ТПУ обучалось более 5 тысяч иностранных студентов из 50 стран мира¹²⁸, что превысило 25% от общего числа учащихся университета и позволило ему занять второе место в России по доле студентов-иностранцев.¹²⁹ В 2014-2015 гг. в ТПУ действовали более 90 договоров о реализации различных программ академической мобильности с зарубежными вузами 27 стран.¹³⁰ При этом ТПУ также активно стимулирует своих студентов к участию в конкурсах на обучение в зарубежных вузах,

¹²⁷ Центр совместных международных образовательных программ.: [Электронный ресурс] / Официальный сайт ТГУ.. Образование. URL.:<http://tsu.ru/education/csmop/>, <http://tpu.ru/international/int-projects/academic-mobility/> (Дата обращения:)

¹²⁸ <http://tpu.ru/international/tpu-world/modern-int/>

¹²⁹ Томский политехнический университет по доле иностранных студентов среди учащихся уступает лишь Российскому университету дружбы народов (РУДН), где данный показатель превышает 40%. По словам ректора ТПУ П. Чубика, подобная ситуация логична, поскольку РУДН «по определению должен быть таким». (<http://www.riatomsk.ru/article/20151207/rektor-tpu-zanimaet-vtoroe-mesto-v-rf-po-dole-inostrannih-studentov/>)

¹³⁰ <http://tpu.ru/international/int-projects/academic-mobility/>

развивая в них мобильность, амбициозность и поощряя опыт глобального образования и межкультурной коммуникации.¹³¹

Другие университеты Томска также стремятся к формированию благоприятной социальной атмосферы и условий для привлечения студентов зарубежных вузов в сибирский образовательный центр. Так, в Томском государственном университете, где на сегодняшний день число иностранных студентов превышает 1300 человек,¹³² в 2015 году создан факультет довузовской подготовки, основными задачами которого является языковая и культурная адаптация студентов-иностранцев для обучения в университете и эффективной интеграции в студенческое сообщество. В настоящее время на факультете уже обучается более 30 студентов из Китая, Вьетнама, Бразилии, Ирака, Нигерии, Тайваня и США.¹³³

По словам губернатора Томской области С.А. Жвачкина, к 2020 году планируется значительное увеличение числа иностранных студентов среди учащихся городских университетов: «В Томске учится 10 тысяч иностранных студентов. Мы удвоим их количество. Это означает рост рейтингов томских университетов и новые инвестиции в экономику города».¹³⁴ По словам Жвачкина, для Томска привычно занимать ведущие позиции в сфере инновационного развития, и, следовательно, город не должен отступать и в вопросах международного образовательного сотрудничества и развития студенческой академической мобильности – приоритетных направлений стратегии инновационного развития города и региона.

Итак, активное развитие возможностей академической мобильности, доступных для студентов томских вузов, позволяет им преодолеть пространственные границы и ограниченные пределы, в которые раньше заключала их традиционная образовательная система. Сегодня они все больше включаются в глобальную «знаниевую» сеть, обретая свободу выбора и пространственного перемещения. Таким образом, современный томский студент мобилен, включен в структуру интернационализированных образовательных потоков и пространство глобальной межкультурной коммуникации. Следовательно, он приближается к образу цифровогономада, располагая широким диапазоном инструментов и ресурсов для воплощения «кочевого» образа жизни.

¹³¹ Например, по результатам конкурсного отбора на обучение в зарубежных вузах в период 2014-2015 учебного года направления Министерства образования и науки РФ получили 6 студентов ТПУ. (Академическая мобильность : [Электронный ресурс] / Официальный сайт ТПУ. Международное сотрудничество. URL: <http://tpu.ru/international/int-projects/academic-mobility/> (Дата обращения: 17.03.16))

¹³² «Англоязычная среда университета», ТГУ // Кейс университета-участника проекта 5-100

¹³³ В ТГУ разрабатывают проект по интеграции иностранных студентов : [Электронный ресурс]/ Официальный сайт ТГУ.. 2016. URL: http://tsu.ru/news/v-tgu-razrabatyvayut-proekt-po-integratsii-inostra/?sphrase_id=24656 (Дата обращения: 02.05.16)

¹³⁴ <https://news.rambler.ru/economics/30279842/>

2.2.2. Мобильность и томские студенты: программы международного обмена

Дополнительным потенциалом развития студенческой мобильности, формирования глобального студенческого сообщества, а также укрепления «кочевого» мировоззрения и образа жизни в молодежной среде обладают многочисленные программы международного обмена, волонтерских и профессиональных стажировок, глобальных проектов. Перед участниками подобных программ открываются возможности получения уникального опыта, языковой практики, формирования личной сети международных контактов и межкультурных связей, а также свободных или организованных пространственных перемещений (в том числе – заграничных путешествий). Таким образом, современные студенты имеют возможность не только приблизиться к практикам глобального кочевания в качестве участников программ академической мобильности, но и действительно испытать себя в роли «сезонного» цифрового кочевника.

Одной из самых популярных и востребованных в студенческой среде Томска является программа международного обмена «Work and Travel USA», реализуемая при поддержке Госдепартамента США. Доступная лишь для студентов высших учебных заведений, данная программа действует в период летних каникул и открывает возможности для получения опыта, совершенствования знаний английского языка и свободного путешествия. Так, студент может самостоятельно выбрать город, организацию или компанию, где проработает 3 месяца, а затем использовать дополнительные 30 дней, включенные в программу, для путешествия по стране или миру. Ежегодно в программе «Work and Travel USA» принимают участие более 300 студентов томских университетов, и большая часть из них желает повторить и дополнить личный опыт «сезонного» кочевания, возвращаясь в программу ежегодно.

Еще одним примером глобализации и интернационализации коммуникационных потоков томского студенчества являются набирающие популярность в городе-университете программы профессиональных и волонтерских стажировок, реализуемые международной молодежной организацией AIESEC.¹³⁵ Программы позволяют студентам получить международный опыт работы в интересующей их сфере и выбранной стране, принять участие в глобальных социальных (образовательных, культурных, экологических и др.) проектах, подразумевающих выезд в одну из зарубежных стран на срок от 6 до 8 недель. Таким образом представители организации AIESEC стремятся к формированию глобального молодежного сообщества мобильных лидеров, обладающих опытом межкультурного взаимодействия и уникальным

¹³⁵ AIESEC – глобальная платформа, объединяющая молодых людей, основной целью создания которой стало раскрытие и реализация лидерского потенциала современной молодежи. Существует с 1948 года и насчитывает более миллиона участников из различных стран. В частности, выпускником AIESEC является Лауреат Нобелевской премии мира 2008 года М. Ахтисаари (Финляндия). (Молодежное лидерство - не опция, это наша ответственность : 2016.: [Электронный ресурс] URL: <http://aiesec.ru/about-aiesec/> (Дата обращения: 7.05.16))

набором профессиональных и коммуникативных компетенций, востребованных в современном сетевом обществе. Кроме того, молодежная организация ставит своей целью раскрытие потенциала среди представителей студенческого сообщества в локальных пространствах. Так, в 24 городах России (в том числе в Томске) реализуется более 200 социально значимых проектов ежегодно. При этом в городских проектах принимают участие студенты из различных российских городов и зарубежных стран, что стимулирует формирование глобального сообщества, развивает межкультурный диалог и повышает уровень толерантности в молодежной среде города, выступающего в роли принимающей стороны для международных потоков студенческой мобильности.¹³⁶

Помимо ведущих глобальных программ и проектов, в Томске также существует множество локальных организаций, деятельность которых направлена на стимулирование мобильности студентов, их включение в международную коммуникационную сеть и привлечение внимания к Томску как инновационному молодежному центру. Так, в Томском государственном университете с целью развития социальной активности, мобильности в студенческом сообществе и формирования благоприятной среды для межкультурного взаимодействия создан Центр социально-профессионального волонтерства «UNIVOL». Одними из главных задач Центра являются организация университетских, городских, региональных, государственных и международных мероприятий, стимулирующих развитие студенческого волонтерского движения, а также создание благоприятных условий для включения томских студентов-волонтеров в международные программы и глобальное пространство эффективного взаимодействия. Примером воплощения подобных стремлений, интернационализации и глобализации студенческого волонтерского сообщества Томская является, в частности, организованный центром «UNIVOL» и Межрегиональным добровольческим движением «Сфера» международный волонтерский лагерь на базе ТГУ. В рамках лагеря в июне-июле 2016 года планируется приезд в Томск иностранных студентов-волонтеров для участия в реализации проекта «#ЭКОвТГУ» и выступления на форуме «Томский коллаيدر» с презентацией личного опыта глобальной социальной деятельности.¹³⁷

Возможности зарубежных стажировок, получения опыта межкультурной коммуникации, доступные для томских студентов, не ограничиваются приведенными примерами. Данная сфера, стимулирующая мобильность в студенческом сообществе города и обеспечивающая его включение в глобальное международное сообщество, многообразна и расширяет диапазон доступных программ и проектов с каждым годом. Благодаря этому учащиеся высших учебных

¹³⁶ AIESEC для студентов : [Электронный ресурс]/ AIESEC в России. 2016. URL: <http://aiesec.ru> (Дата обращения: 8.05.16)

¹³⁷ КОНКУРС ВОЛОНТЕРСКИХ ПРОЕКТОВ UNIVOL TSU – 2016. : [Электронный ресурс]/Центр волонтерства ТГУ. 2016. URL: <http://univol.tsu.ru/> (Дата обращения: 8.05.16)

заведений города-университета уже сегодня имеют возможность присоединиться к представителям глобального явления цифрового нomaдизма и испытать на себе прелести и недостатки «кочевого» образа жизни. Популярность подобных программ позволяет предполагать, что мобильность и «кочевые» практики актуальны и востребованы среди представителей томского студенчества и продолжают свое развитие в дальнейшем, сопровождаясь процессом включения томского студенческого сообщества в международное коммуникационное пространство.

2.2.3. Программы дистанционного обучения и онлайн-курсы – уверенный шаг томских вузов к «кочующему» студенчеству

Дистанционное обучение как перспективная технология организации учебного процесса начинает развиваться в университетах России в 90-е годы XX века, однако обсуждение подобных возможностей, введение понятия и попытки его трактовки предпринимались отечественными учеными, начиная с 80-х годов. В результате сегодня существует несколько подходов к определению данного понятия, где различия основаны на разнообразии доступных форм и технологий обучения, а также способов взаимодействия между студентами и преподавателями. В соответствии с наиболее распространенным подходом дистанционное обучение определяется как «форма обучения на расстоянии, при которой «доставка» учебного материала и учебное взаимодействие педагога и обучающегося обеспечиваются с помощью современных технических средств».¹³⁸ Процесс развития дистанционного обучения в России включает несколько этапов, на каждом из которых происходило изменение способов, каналов коммуникации и используемых технических средств. Так, начав с обучения по переписке, использования аудио- и видеокассет, оно со временем переходит к компьютерным программам и телевидению, а затем и возможностям сети Интернет – доминирующему сегодня средству реализации дистанционных образовательных программ. Благодаря широкому диапазону доступных возможностей они включают в себя представленные в виртуальном пространстве и доступные для студентов в режиме онлайн учебные материалы; возможности виртуального взаимодействия, реализуемые в виде форумов, чатов и т.д., а также в формате вебинара или видеоконференции. Следовательно, современные модели дистанционного обучения отличаются технологичностью, гибкостью и адаптивностью, высокой мобильностью и массовостью.¹³⁹ Подобный факт позволяет рассматривать их как одно из сопутствующих средств воплощения кочевого образа жизни в современном информационно-коммуникативном обществе.

¹³⁸ Гарманова, О.Ю. Организационно-методическое обеспечение дистанционного обучения / О.Ю. Гарманова // Проблемы развития территории. – 2012. – № 5. С. 96

¹³⁹ Красильникова, В.А. Информационные и коммуникационные технологии в образовании : учебное пособие / В.А. Красильникова. – М.: Дом педагогики, 2006. – С. 125

Одним из ведущих вузов Томска в сфере организации и реализации программ дистанционного обучения является Томский университет систем управления и радиоэлектроники (ТУСУР). Факультет дистанционного обучения ТУСУР¹⁴⁰ на сегодняшний день – самый крупный факультет университета, численность студентов которого превышает 7 тыс. человек, проживающих в различных городах России, стран СНГ и дальнего зарубежья. По словам сотрудников ТУСУР, программы дистанционного обучения, реализуемые факультетом, основаны на использовании Интернета и сетевых технологий, что значительно упрощает доступ студентов к информационным образовательным ресурсам и обеспечивает успешность учебного процесса независимо от местоположения, временных и иных ограничивающих обучаемого факторов. Кроме того, для студентов факультета дистанционного обучения ТУСУР доступны возможности начала и завершения обучения в любое время, индивидуальная настройка графика учебного процесса. Следовательно, учащиеся ФДО ТУСУР становятся членами томского студенческого сообщества, оставаясь непривязанными к месту, мобильными и испытывающими необходимость лишь в подключении к Сети для успешного завершения обучения и получения диплома выпускника ТУСУР.

В Томском государственном университете с целью внедрения в научно-образовательную систему электронного обучения и дистанционных образовательных технологий в 2015 году была разработана и запущена система «Электронный университет – Moodle». Её основными задачами стали повышение эффективности дистанционного учебного процесса, расширение возможностей студентов для освоения образовательных программ, а также повышение качества образования и обеспечение включенности университета в глобальный образовательный процесс. Разработанная система содержит как базовый функционал, необходимый для реализации программ дистанционного обучения, так и дополнительные механизмы и формы взаимодействия, что позволяет использовать ее в качестве дополнения и поддержки очных образовательных программ. В частности, она предполагает интеграцию с социальными медиа, блог-платформами, разнообразными виртуальными сервисами и технологиями.¹⁴¹ Подобные возможности значительно упрощают не только коммуникационный, но и учебный процесс в целом, предоставляя студентам возможности самореализации и увеличивая эффективность программ обучения. Кроме того, система поддерживает онлайн-формат проведения лекционных занятий, позволяя создавать, редактировать, транслировать, передавать и

¹⁴⁰ Доступное высшее образование. : [Электронный ресурс] : Высшее образование — дистанционно./Сайт Факультета дистанционного обучения ТУСУР. 2016. URL:<http://fdo.tusur.ru/> (Дата обращения: 16.05.16)

¹⁴¹ В список сервисов, легко интегрирующихся с системой дистанционного обучения «Электронный университет – Moodle», входят: платформа для создания персональных (в том числе и образовательных) блогов «Blogger»; онлайн-редактор текстовых документов «Google Drive»; картографический сервис «Google Maps»; сервисы создания презентаций и ментальных карт «Mindomo» и «Imindmap» и другие многофункциональные технологические сервисы и веб-приложения.

обеспечивать удаленный доступ к видеоматериалам для студентов независимо от времени, местоположения и в соответствии с индивидуальным графиком.¹⁴²

Новой ступенью на пути к виртуализации и сетевизации образования стало появление массовых открытых онлайн-курсов («Massive Open Online Course» или «MOOCs») – информационных пакетов, состоящих из коротких видео-лекций и транслируемых на открытых образовательных онлайн-платформах. Таким образом, все желающие получили доступ к огромному разнообразию учебных материалов, позволяющих не только расширить диапазон компетенций и знаний, но и освоить новую профессию.¹⁴³ На сегодняшний день в Сети представлено множество онлайн-платформ, открывающих пользователям доступ к свободному, быстрому и увлекательному процессу виртуального образования. Самыми популярными и востребованными из них являются: проект Массачусетского технологического института и Гарвардского университета «EdX»; международная и независимая онлайн-платформа «Coursera»; сайт бесплатных видео-лекций и упражнений «Khan Academy»; российские MOOC-платформы «Универсариум» и «Лекториум».¹⁴⁴

Университеты Томска также активно участвуют в развитии глобального и доступного образования, разрабатывая и запуская курсы как на русскоязычных, так и на международных онлайн-платформах. В частности, Томский государственный университет является одним из шести отечественных вузов – партнеров «Coursera». Преподавателями и сотрудниками университета уже разработаны и размещены 16 онлайн-курсов, численность слушателей которых превысила 20 тыс. человек.¹⁴⁵ Важно заметить, что аудиторию слушателей онлайн-курсов составляют в большей степени взрослые люди, уже получившие высшее образование, что свидетельствует о заинтересованности современного человека в получении новых знаний, непрерывном обучении и использовании цифровых и сетевых технологий для достижения данных целей. Следовательно, подобный формат может стать еще и эффективным средством привлечения заинтересованной аудитории к продолжению учебного процесса в режиме дистанционного обучения.

2.2.4. Томск как «оазис» для студентов - городских цифровых кочевников

¹⁴² Электронное обучение : [Электронный ресурс]/ Официальный сайт ТГУ.. Образование. 2016. URL:<http://tsu.ru/education/e-learning/> (Дата обращения: 19.05.16)

¹⁴³ Сегодня уже существуют виртуальные магистерские программы, состоящие из набора дисциплин, доступных для изучения в формате онлайн-курсов.

¹⁴⁴ Университет миллионов: как онлайн-курсы научили нас учиться по-другому : [Электронный ресурс] / Официальный сайт ТГУ.. Подробности. 2016. <http://tsu.ru/podrobnosti/universitet-millionov-kak-onlayn-kursy-nauchili-nas-uchitsya-po-drugomu/> (Дата обращения: 19.05.16)

¹⁴⁵ Например, по курсу О. Лукьянова и А. Шушаниковой «Гениальность. Одаренность. Посредственность» прошли обучение 2664 слушателя из 25 стран мира, а курс Н. Агаповой «Русский язык как инструмент успешной коммуникации» собрал аудиторию в 2839 человек из 30 стран. (<http://alumni.tsu.ru/node/933>)

Стимулируя студенческую мобильность, развитие межкультурных коммуникационных сетей и связей и выступая в роли источника и приемника студенческих миграционных потоков, Томск все больше приближается к образу «хаба», предложенному ректором ТГУ Э.В. Галажинским в контексте верного направления позиционирования университета в современном сетевом обществе и во время глобального развития явления цифрового номадизма. Именно коммуникационный хаб как узел глобальной сети на сегодняшний день отражает сущностную природу не только ТГУ как одного из ведущих университетов страны, но и города-университета как транслятора знаний и образования, а также генератора и приемника коммуникационных и миграционных потоков людей и информации. Следовательно, хаб как магистральный узел должен обладать потенциалом для привлечения и временного удержания внутри собственных пространств и локальных сетей представителей различных аудиторий и в первую очередь студентов. В данном случае важную роль играет не только научно-образовательный потенциал томских университетов, но и городская инфраструктура. Ее главной задачей становится максимальное приближение Томска к образу «оазиса», в данном контексте представляющего собой комплексную структуру, где ведущая роль принадлежит образовательным и сетевым технологиям, доступности технических средств, благоприятной социальной атмосфере и комфортным бытовым условиям.

По словам проректора по международным связям ТГУ А.Ю. Рыкуна, в Томске на сегодняшний день уже сформировалось отношение к городу как пространству, открытому для образовательных миграционных потоков, отличающихся временностью пребывания приезжающих студентов. Так, 92% томичей позитивно относятся к иностранным студентам и позиционированию города как открытого образовательного пространства. При этом лишь 58% демонстрируют положительное отношение к тому, чтобы Томск стал местом длительной или постоянной остановки иностранных учебных мигрантов, что подтверждает присутствие у городского населения стремления к воплощению моделей «хаба» и «оазиса». Что касается самих иностранных студентов как одной из ключевых аудиторий в контексте концепции «коммуникационного хаба» и «города-университета», по мнению Рыкуна, инфраструктура Томска на сегодняшний день недостаточно развита и подготовлена для того, чтобы удовлетворить их потребности: «Почему иностранцы у нас оказались категорией, для которой в городе не слишком все готово? Тут четыре основных причины. Прежде всего, из 21 публичных пространств только на четырех есть англоязычная навигация, вторая причина – Wi-Fi, третья – туалеты, четвертая – те формы досуга, которые они для себя считают наиболее интересными. <...> Когда мы ориентируемся на то, что Томск – это студенческий город в экспортном исполнении, мы должны понимать, что для студентов нужны особые общественные пространства».

Томские университеты сегодня активно стремятся к достижению необходимого уровня развития инфраструктуры и общественных пространств, удовлетворяющих потребности современных студентов. Так, в 2014 году ТГУ открыл новое общежитие для иногородних и иностранных учебных мигрантов. Оно является самым крупным из действующих студенческих общежитий города и рассчитано на 1200 мест. Для жильцов обеспечены комфортные бытовые условия и необходимая социальная инфраструктура. Кроме того, здание оснащено современным мультимедийным оборудованием и оптоволоконной сетью, что гарантирует доступ к Сети и множество дополнительных технологических возможностей для иногородних и иностранных студентов университета.¹⁴⁶

ТПУ в 2015 году также улучшил условия проживания для учащихся, открыв новое общежитие, рассчитанное на 700 человек. Кроме того, с целью формирования благоприятных и комфортных пространств не только для проживания, но и для досуга, саморазвития представителей студенческого сообщества в Томском политехническом университете открыт бассейн, ожидается ввод в эксплуатацию бизнес-инкубатора, а также планируется строительство технопарка по ресурсоэффективным технологиям и нового общежития для иностранных студентов.¹⁴⁷

Успешность реализации стратегии улучшения городской инфраструктуры и формирования комфортной среды для привлечения студентов в университеты Томска уже находит свои первые подтверждения. Так, студенческий городок ТПУ был признан лучшим в России экспертами Министерства образования и науки РФ. По словам заместителя начальника отдела студенческих общежитий ТПУ Д. Гамова, улучшение условий для проживания, досуга, обучения и отдыха иностранных и иногородних учащихся в Томске будут значительно улучшены: «Получив статус лучшего студенческого городка России, мы еще раз доказали, что для нашего университета студент – самый важный человек. Насколько ему уютно жить в студенческом кампусе, настолько комфортно и учиться. Администрация университета и студенческий совет ТПУ постараются и дальше соответствовать полученному нами статусу, держать планку и развивать инфраструктуру нашего студгородка, делая жизнь наших студентов удобнее и комфортнее».¹⁴⁸

¹⁴⁶ Новое общежитие для студентов Томского государственного университета : [Электронный ресурс] : URL: <http://sdelanounas.ru/blogs/30724/> (Дата обращения: 17.05.16)

¹⁴⁷ В Томске отстроили 17-этажное общежитие для студентов ТПУ : [Электронный ресурс]/ НГЭС. Новости. URL : <http://ngs70.ru/news/more/2242893/> (Дата обращения: 17.05.16)

¹⁴⁸ Студенческий городок Томского политеха стал лучшим в России : [Электронный ресурс]/Томский политехнический университет. Служба новостей. 2016. <http://news.tpu.ru/news/2016/04/04/25165/> (Дата обращения: 18.05.16)

Как сообщает заместитель губернатора Томской области по научно-образовательному комплексу и инновационной политике М. Сонькин, томские власти поддерживают и поощряют развитие вузовской инфраструктуры. В частности, в соответствии с правительственным распоряжением в ближайшие годы в томских университетах должны появиться 22 новых объекта.¹⁴⁹ Кроме того, уже в течение нескольких лет разрабатывается проект создания кампусной зоны опережающего развития «Томские набережные». Предполагается, что кампус объединит шесть томских вузов в единое пространство, где расположатся общежития для студентов, библиотеки, места для работы и учебных занятий, спортивные и иные социальные объекты. Важно заметить, что внимание разработчиков проекта сосредоточено не только на обеспечении комфортного проживания для приезжих студентов томских университетов, но и на формировании сети «третьих мест» - пространств, обеспечивающих возможность эффективной организации рабочих и учебных процессов и обладающих обязательным для членов современного общества фактором – свободным и доступным подключением к сети Интернет.¹⁵⁰ Подобный факт позволяет вновь обратиться к мысли о цифровом нómадизме, но уже в контексте городского цифрового кочевничества.

Удобные и многофункциональные пространства, открывающие для посетителей доступ к возможностям совмещения работы и досуга, отдыха и учебной деятельности существуют в Томске уже сегодня. Например, в 2015 году в Научной библиотеке ТГУ открылся круглосуточный читальный зал, обеспечивающий доступ к необходимой информации и комфортное рабочее пространство для студентов университета в режиме 24/7. Он включает в себя множество различных частей, позволяющих организовывать рабочие процессы в соответствии с личными предпочтениями и требованиями конкретной ситуации. В зале присутствуют зоны как для индивидуальных, так и для групповых занятий, а также компьютерная и обеденная области. При этом пространства структурированы таким образом, чтобы каждый из посетителей смог действительно эффективно и продуктивно работать, не отвлекаясь на внешние факторы. Доступ к Сети как необходимое условие для организации рабочего процесса доступен для посетителей Научной библиотеки ТГУ уже более пяти лет, и логично, что новый зал не стал исключением из подобного правила.¹⁵¹

¹⁴⁹ Томские власти продолжают работу по развитию вузовской инфраструктуры : [Электронный ресурс]/Администрация Томской Области . Информационный интернет-портал. URL: <http://old.tomsk.gov.ru/ru/INOTomsk-2020/novosti/posmotr-novosti/-/novost-tomskie-vlasti-prodolzhat-rabotu-po-razvitiyu-vuzovskoy-infrastruktury> (Дата обращения: 14.05.16)

¹⁵⁰ Город для студентов. В Томске построят межвузовский кампус : [Электронный ресурс]/ SMARTNEWS 2016 <http://smartnews.ru/regions/tomsk/8681.html#ixzz48tqEHMpo> (Дата обращения: 16.05.16)

¹⁵¹ Гусева А. В библиотеке ТГУ открылся круглосуточный читальный зал : [Электронный ресурс] /Комсомольская правда. 2016. URL :<http://m.tomsk.kp.ru/online/news/2055273/> (Дата обращения: 22.05.16)

Для студентов Томска сегодня также доступны пространства коворкинг-зон, количество которых продолжает расти и насчитывает уже более 10 мест, созданных для обеспечения комфортной работы и учебы и быстрого доступа к разнообразным техническим средствам. Кроме того, городские кафе также адаптируются к потребностям современных жителей Томска, среди которых студенты являются одной из главных и заслуживающих внимание аудиторий. Так, в городе действуют более 150 кафе, не только предлагающих клиентам разнообразное меню, но и стремящихся создать атмосферу, удобную для работы и отделить ее от пространства досуга и отдыха. Кроме того, среди городских кафе сегодня сложно найти место, где отсутствовала бы возможность сетевого подключения или обеспечения необходимых условий для успешного функционирования разнообразных технических средств.

Одним из примеров кафе, созданных для удовлетворения потребностей жителей города, предпочитающих «кочевой» образ жизни и выбирающих «третьи места» и «оазисы» для работы и учебы, является открывшаяся в марте 2016 года кофейня-библиотека «Starbooks». Для посетителей подготовлены удобные пространства, доступны возможности сетевого подключения и чтения разнообразной литературы, а также совмещение рабочих, учебных процессов, досуга и отдыха с принятием пищи и свободным общением. Кроме того, кофейня-библиотека расположена на территории Томского государственного университета, а следовательно, посетителями данного «оазиса» и главной аудиторией, для которой создавалось подобное пространство, являются студенты.

Формирование городской инфраструктуры как сети «третьих мест» стимулирует развитие «кочевого» образа жизни в студенческой среде Томска. Перемещаясь из одного пространства в другое, работая и учась в точках подключения к Сети, томские студенты примеряют на себя образ действительных городских цифровых кочевников. Развитие инфраструктуры в подобных направлениях лишь подтверждает подобное утверждение, поскольку растущее количество коворкинг-зон, пространств, совмещающих работу и досуг, и других подобных мест свидетельствует о заинтересованности жителей города и студентов в существовании и доступности данных возможностей.

Также важно отметить, что глобальные цифровые кочевники, приезжающие в Томск как в образовательное пространство, пусть и временно, но останавливаются в городе-университете для достижения учебных и исследовательских целей. Следовательно, в течение данного ограниченного периода они могут перевоплощаться в городских кочевников и активно использовать доступные возможности «кочевой» инфраструктуры.

Итак, в современном студенческом сообществе Томска, где еще несколько лет назад преобладали седентаристские установки и принципы оседлости, сегодня происходит переход к «кочевому» образу жизни. Современный студент – представитель поколения Y – мобилен,

включен в глобальную сеть межкультурных коммуникаций благодаря развитию учебной миграции и, следовательно, интернационализации студенческого сообщества города-университета, а также многообразию доступных программ волонтерских и профессиональных стажировок, студенческого обмена, дистанционного обучения и онлайн-курсов. Благодаря доступным возможностям студенты томских университетов уже сейчас могут испытать себя в роли «сезонных» цифровых кочевников и используют подобный шанс, получая опыт свободного путешествия и общения с представителями различных культур и государств. Однако, являясь студентами томских университетов, они все же остаются связанными с пространством Томска, поскольку их «кочевые» практики ограничены административными, социальными обязательствами и личным стремлением к получению высшего образования. Следовательно, современные томские студенты не могут являться действительными глобальными цифровыми номадами, которые лишены пространственно-временных ограничений и обладают абсолютной свободой выбора и перемещения.

Иначе обстоит дело с воплощением локальных практик цифрового кочевничества в студенческой среде Томска. «Кочевая» инфраструктура, активно развивающаяся в пространстве города-университета, способствует номадизации социума, и в том числе одной из его главных групп – студенческого сообщества. Томские студенты с каждым днем располагают все большим числом доступных возможностей, приближающих их к образам молодых городских цифровых кочевников. Следовательно, важным и актуальным становится изучение воплощений явления цифрового номадизма в студенческой среде Томска и определение черт, характеризующих томского студента - цифрового кочевника как новый образ представителя ключевой социальной группы города-университета.

2.3. Типичные культурно-антропологические и социально-психологические характеристики томского студента – цифровогономада

В студенческой среде Томска, как и в научно-образовательном сообществе и городе вообще, происходят неизбежные изменения, трансформирующие привычные социальные роли, ценности и нормы, преобразуя устойчивые и, казалось, нерушимые системы и структуры в нечто абсолютно уникальное, ранее не существовавшее и на сегодняшний день мало изученное. Ранее были рассмотрены процессы, происходящие в городской, образовательной и частично социальной средах, результатом которых становится глобализация, поликультуризация и технологизация локальных пространств. Томск как научно-образовательный центр все больше приближается к образам «коммуникационного хаба» и сети, приобретая роли транслятора и приемника множества глобальных и локальных потоков людей, информации и объектов. Кроме того, под воздействием подобных течений и процессов изменяется и городская среда, где для современных членов сетевого информационно-коммуникативного общества открывается новый и умножающий свои воплощения диапазон доступных средств, пространств и технологий, способных удовлетворить их потребности и соответствовать их стремлениям, целям и желаниям. Однако известно, что трансформации, которые происходят в городской среде, неразрывно связаны с образом жизни, мировоззрением его населения. Так, по замечанию социального географа О. Вендиной, «развитие города все в большей мере начинает определяться индивидуальными жизненными стратегиями населяющих его людей».¹⁵² Отсюда, формирование «кочевой» инфраструктуры, международных сетей и потоков, развитие технологий – все перечисленные и иные трансформации, происходящие в Томске в течение более двадцати лет, есть прямое отражение его социальной среды, настроений и стремлений его жителей.

При этом известно, что одной из ключевых аудиторий и ведущих социальных групп города-университета являются студенты – «дети города» и образовательные мигранты из стран ближнего и дальнего зарубежья. С каждым годом они более мобильны, технически образованы и не связаны ранее доминировавшими в социуме седентаристскими представлениями и жесткими пространственно-временными границами. Следовательно, в результате совмещения действительной и актуальной картины происходящих изменений в городском, научно-образовательном, социальном пространствах в целом и студенческой среде как одной из ведущих и центральных частей локального общества возникает справедливый вопрос: как и в какой степени находят воплощение глобальные социальные явления современности в образах, сознании и жизненных стратегиях томских студентов? И в первую очередь в данном контексте

¹⁵² Вендина О. Невидимые сдвиги в развитии городов России: поиск концептуальных решений // Городской альманах. - 2006. - Вып. 2. С. 205

рассмотрения требуют воплощения цифрового номадизма в исследуемой социальной среде и параллельная мутация как мировосприятия и образа жизни ее представителей, так и самого глобального социального явления в городском пространстве.

Для изучения томских студентов - цифровых номадов, определения типичных и определяющих их культурно-антропологических и социально-психологических характеристик было проведено исследование с использованием методов аудиторного анкетирования и фокус-групп. В исследовании приняли участие 94 человека – студенты очной формы обучения различных курсов, специальностей и факультетов трех томских вузов: Томского государственного университета (ТГУ)¹⁵³, Томского политехнического университета (ТПУ)¹⁵⁴ и Томского университета систем управления и радиоэлектроники (ТУСУР).¹⁵⁵ Всего с использованием метода аудиторного анкетирования было опрошено 75 студентов, а для участия в трех фокус-группах были привлечены 19 учащихся трех высших учебных заведений города-университета.

2.3.1. Томский студент и цифровой кочевник: идентификация¹⁵⁶ и самоидентификация¹⁵⁷

Согласно результатам исследования, студентам Томска ничего не известно о таком глобализующемся социальном явлении, как цифровой номадизм, активно обсуждаемом сегодня не только в рамках академического дискурса, но и в свободном, открытом и повсеместно доступной сети Интернет. Так, более 80% респондентов – участников опроса выразили твердую уверенность в том, что абсолютно ничего не знают о цифровом кочевничестве и цифровых номадах как его представителях. Однако дальнейший анализ текущей ситуации показал, что в студенческой среде Томска в контексте рассматриваемого явления все не столь категорично и однозначно. Столкнувшись с необходимостью декодирования смыслов неизвестного термина «цифровой кочевник», студенты, принимавшие участие в фокус-группах, давали следующие определения:

¹⁵³ Факультет иностранных языков (ФИЯ), Юридический институт (ЮИ), Международный факультет управления (МФУ), Факультет прикладной математики и кибернетики (ФПМК), Механико-математический факультет (ММФ).

¹⁵⁴ Физико-технический институт (ФТИ ТПУ).

¹⁵⁵ Факультет электронной техники (ФЭТ), Факультет вычислительных систем (ФВС).

¹⁵⁶ Идентификация (лат. Identifico – отождествляю) – уподобление, опознание объектов, личностей в процессе сравнения, сопоставления. В психологии и социологии применяется для классификации, анализа знаковых систем, распознавания образов и др. (Современная энциклопедия :[Электронный ресурс] URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc1p/19094>) (Дата обращения: 13.05.16))

¹⁵⁷ Самоидентификация - процесс формирования человеком представления о себе самом как о самотождественной, цельной и уникальной личности. Самоидентификация – это специфически человеческий акт, который формируется под влиянием культуры, а не предзадан от природы. (Шеманов А.Ю. Самоидентификация человека и культура. М.: Академический проект, 2007. – 479 с.)

«Цифровые кочевники – это предприниматели некоторой области, которые в своей работе не привязаны к определенному географическому местоположению и активно используют Интернет-технологии в своей профессиональной деятельности».

«Цифровое кочевничество – это частая смена различных гаджетов, социальных сетей и прочих Интернет-ресурсов».

«Цифровые кочевники – это люди, которые везде пользуются Интернетом. Путешествуя по всему миру, они запечатлевают моменты своего путешествия, затем делятся фото, видеозаписями. В любой точке мира имеют доступ к Интернету, рассказывая и показывая людям свое путешествие».

«Цифровые кочевники – это те люди, которые активно используют Интернет и не ограничивают себя каким-то одним сайтом/ресурсом, а постоянно идут вперед. Или, возможно, люди, которые работают в сети Интернет и не сидят в офисе».

Представленные примеры позволяют утверждать, что, несмотря на отсутствие уверенности в личной осведомленности относительно явления цифрового номадизма, томские студенты достаточно точно и верно понимают смысл термина «цифровой кочевник». Они интуитивно осознают присутствие связи и соответствующих смыслов между прилагательным «цифровой» и современными технологиями (в том числе - сетью Интернет), а также мобильностью (причем как реальной, так и виртуальной) и «кочевником» как составной частью раскрываемого термина. Кроме того, важно, что часть студентов обозначила также связь с путешествиями, рабочими процессами как способами воплощения «кочевой» мобильности.

Большинство томских студентов – участников фокус-групп - осознают глобальность и сущностную природу процессов технологизации, цифровизации и др., составляющих основу современного сетевого общества, а также полностью или частично осведомлены о происходящих в различных сферах и структурах естественных трансформациях. Например, одна из участниц, стремясь объяснить личное понимание понятия «цифровой кочевник», представляет описание условий существования и развития глобального рынка: «Рынок уходит в Интернет, что рождает все новые и новые рабочие места. Это дает возможность выбрать место для жизни и работы. При этом зарабатывать можно откуда угодно и где угодно». Таким образом, становится понятно, что томские студенты, не обладая достаточными знаниями терминологии в исследуемой области, объективно осведомлены о текущем этапе развития современного общества, происходящих процессах и открывающихся возможностях. Кроме того, большинство представителей студенческого сообщества успешно декодируют сообщение, транслируемое терминами «цифровой кочевник», «цифровой номадизм», что также косвенно подтверждает их компетентность и высокую степень информированности в различных областях и сферах современных общественных структур, сетей и потоков.

Для того, чтобы оценить глубину представлений томских студентов об образе цифрового номада как субъекта, воплощающего в себе смысловое содержание личных определений участников фокус-групп, им было предложено составить общий «портрет» цифрового кочевника, включающий как внешние атрибуты, позволяющие идентифицировать представителя исследуемого социального явления, так и комплекс черт и качеств, присущих ему и отличающих его от других представителей сетевого общества. В результате среди предметов одежды, личных вещей и иных внешних признаков, выделяющих цифрового кочевника, респондентами были названы: кепка, очки, рюкзак/портфель, джинсы, кеды, присутствие и активное использование мобильного телефона, планшетного ПК и фотоаппарата. По мнению студентов – участников фокус-групп, цифровой кочевник – это всегда мужчина в возрасте от 25 до 30 лет, не обремененный семьей и иными социальными обязательствами. Кроме того, он обязательно имеет высшее образование (одно или более), является представителем «свободных» профессий (дизайнер, журналист, веб-дизайнер, PR-специалист, программист, фотограф) и владеет достаточным для эффективной коммуникации уровнем знания английского языка. При этом в качестве ключевых факторов, стимулирующих члена сетевого общества к выбору кочевого образа жизни, были определены именно особенности профессии и возможности организации рабочих процессов таким образом, чтобы возможности свободного пространственного перемещения и профессиональной деятельности не ограничивались административными правилами и порядками, а также офисными помещениями и даже конкретными городами.

К числу черт и качеств, характеризующих номада, респонденты отнесли: коммуникабельность, приветливость/улыбчивость, замкнутость, стремление к демонстрации личных успехов, заносчивость, отсутствие национальной и территориальной идентичности, стремление к «культурной мимикрии». Кроме того, цифровой кочевник путешествует исключительно по странам и городам Европы и Америки и достаточно одинок: он имеет не более двух друзей, с которыми встречается нечасто, однако активно взаимодействует в online-режиме (см. Приложение 3 «Портрет глобального цифрового номада глазами томского студента»).

В качестве отдельного, отличающегося от общих стандартов и образов типа цифровых кочевников томские студенты выделили «свободного» предпринимателя: владельца собственного бизнеса или руководителя крупной компании/организации. По мнению респондентов, финансовая независимость открывает перед людьми, занимающими высокие должности, дополнительные возможности, недоступные для тех, кто в какой-либо степени зависит от материальных средств и профессиональных обязательств.

Цифровых номадов – «свободных» предпринимателей как отдельный тип воплощения глобального социального явления характеризует еще и то, что они не отличаются какими-либо внешними признаками и атрибутами: «если цифровой кочевник выглядит «обычно», то он должен быть очень обеспеченным (иметь свой бизнес, быть директором). В таком случае ему может быть не важен внешний вид». Таким образом, подобный тип цифровых номадов является сложно идентифицируемым и отличается отсутствием потребности в самопрезентации, сочетающимся с высоким профессиональным положением и уровнем материального достатка, который позволяет удовлетворить широкий круг потребностей (в том числе «кочевых»).

В процессе обсуждения вопросов, связанных с явлением цифрового номадизма и цифровыми кочевниками как его представителями и активными членами сетевого общества, часть студентов - участников фокус-групп проявила стремление к самоидентификации и самопрезентации в образе действительного цифрового номада. В частности, одним из респондентов было высказано следующее утверждение: «Я кочевник, потому что у меня всегда есть с собой какое-то устройство, я редко сижу на месте и постоянно куда-то выхожу». В ответ другая группа студентов продемонстрировала антагонистические и конфронтационные настроения: «Я не могу быть цифровым кочевником, потому что у меня недостаточно финансовых средств для того, чтобы ездить куда-то или свободно путешествовать. Если бы у меня было достаточно денег, то, может быть, я бы путешествовала и стала цифровым кочевником»; «Студент не может быть кочевником, потому что у него нет денег». В данном случае очевидно противостояние между глобальными и локальными практиками цифрового номадизма как доминирующими моделями воплощения рассматриваемого явления в сознании респондентов. Таким образом, справедливым становится утверждение о том, что многие студенты томских университетов уже сегодня являются локальными (городскими) цифровыми номадами, а одним из ключевых факторов, препятствующих переходу к глобальному кочеванию как образу жизни, для них становится недостаточная материальная свобода и финансовая обеспеченность.

Итак, в томской студенческой среде процессы идентификации цифрового номада как представителя глобального социального явления, самоидентификации и самопрезентации студентов в образе цифрового кочевника имеют дуалистичную природу. С одной стороны, томские студенты демонстрируют максимальную неосведомленность в области владения терминологией, сопутствующей рассматриваемому явлению. С другой – они проявляют активный интерес и высокую степень информированности о природе и сущности процессов, происходящих в современном сетевом обществе, а также обнаруживают способность интуитивного понимания смыслов, транслируемых понятиями «цифровой номадизм» и «цифровые кочевники», и воспроизводства образов, включающих ключевые характеристики

номадов и кочевого образа жизни. Так, в числе характеристик и внешних параметров, отличающих цифрового кочевника, по мнению томских студентов, присутствует множество реальных и соответствующих действительности признаков (см. §1.4.). Помимо базовых черт, характеризующих номада – мобильности и постоянной подключенности к Сети – студентами было указано на предпочтение online-коммуникации живому общению и высокую степень адаптируемости, представляющие собой действительные характеристики и ценностные ориентации цифровых кочевников.

Кроме того, попытки типологизации цифрового номадизма, предпринимаемые представителями томского студенчества, могут считаться в некоторой степени успешными. Образ цифрового номада – «свободного» предпринимателя практически отражает профиль глобального цифрового кочевника – «истинного нетократа», а «собираатели вакансий и впечатлений» как отдельный тип глобальных цифровых номадов находит воплощение в предложенном студентами образе кочующего представителя «свободных» профессий.

Локальные практики кочевания и профиль молодого городского цифрового номада также нашли место в суждениях томских студентов о рассматриваемом явлении. При этом только с данным типом и социально-антропологическим профилем цифрового кочевника произошла самоидентификация и самопрезентация части студентов. Следовательно, сегодня возможно говорить о существовании и развитии явления городского цифрового номадизма в студенческой среде Томска. Однако подобный процесс осложнен недостаточной информированностью представителей данной социальной группы о глобальном явлении и его локальных интерпретациях, в которых, тем не менее, они принимают активное и видимое участие.

2.3.2. Культурно-антропологический и социально-психологический «портрет» томского студента – цифрового кочевника

Томский студент под влиянием глобальных процессов технологизации и цифровизации, а также преобразований локальной социальной среды становится активным пользователем ресурсов сетевого общества, включающих не только технические новшества и уникальные технологические ресурсы, но и трансформацию пространственно-временных границ и торжество мобильности. Для него, как и для многих представителей современности, и в первую очередь цифровых кочевников, свойственно отношение к техническим устройствам как проводникам и регуляторам множества жизненных процессов. В их числе – различные формы и модели социального взаимодействия.

Так, на сегодняшний день половина томских студентов уже осуществила уверенный переход в пространство обезличенной (в том числе виртуальной) коммуникации, отдавая

предпочтение мобильной связи и сетевым технологиям и практически отказавшись от «живого» общения с близкими людьми. При этом среди доступного и зачастую имеющегося в личном распоряжении разнообразия технических устройств, гаджетов центральное место и ведущая роль в жизни томского студента принадлежит мобильному телефону. Для представителя томского студенческого сообщества он представляет уже не только и не столько средство связи, но транслятор информации, источник взаимодействия с внешним миром, средство, необходимое для успешного осуществления большинства жизненных процессов. Студент использует широкий диапазон возможностей смартфона в самых разнообразных ситуациях: в моменты возникновения незапланированного свободного времени (90%); в ситуации необходимости сохранения информации (50%); для решения привычных задач – счета, запоминания, поиска адреса (более 90%); при создании фотографий и видеороликов (88%) и их дальнейшей публикации в виртуальном пространстве (70%); в случае возникновения необходимости поиска информации (90%) и др. Следовательно, одним из характерных для томского студента принципов и стратегий становится «жизненный аутсорсинг», который воплощается в данном контексте в процесс передачи множества операций и действий «в руки» искусственного электронного интеллекта мобильного телефона.

Высокая значимость и степень зависимости студента Томска от данного вида технических устройств порождает и комплекс последствий и результатов, среди которых наиболее очевидным является возникновение страха утраты средства, обеспечивающего комфортное и привычное существование в реальном и виртуальном пространстве. Именно потерю мобильного телефона считают одним из наиболее пугающих возможных событий 60% томских студентов. Страх забыть телефон при выходе из дома сопровождает еще более значительную часть данной аудитории – 80% студентов.¹⁵⁸

Кроме того, одним из последствий активной технологизации томского студенческого сообщества становится возникновение зависимости между ранее обособленными и несовместимыми процессами. В частности, необходимость постоянного присутствия технических устройств в ближайшей доступности порождает потребность выбора предметов одежды и личных вещей (сумок/рюкзаков) таким образом, чтобы они были способны вмещать в себя все средства, обеспечивающие личный комфорт.¹⁵⁹

Мобильность как перманентное состояние и постоянный процесс, формирующий образ жизни, в студенческом сообществе города-университета обретает все большую значимость.

¹⁵⁸ При этом блокировка личного аккаунта в социальных сетях пугает лишь 5% студенческого сообщества

¹⁵⁹ При выборе одежды/сумки/рюкзака 64% студентов задумываются об удобстве расположения одного или нескольких технических устройств. При этом данная потребность в большей степени выражена у студентов технических специальностей. В первую очередь обращают внимание на потенциал предметов гардероба/сумок/рюкзаков как на средства хранения и перемещения различных устройств (компьютеров, планшетных ПК, мобильных телефонов и др.) 40% студентов-«технарей» и лишь 10% «гуманитариев».

Многие томские студенты рассматривают в качестве личных перспектив практики глобального кочевания. Так, пятая часть сообщества активно и уверенно выражает стремление к путешествиям, свободе от профессиональных, социальных обязательств и ограниченных пространств. Кроме того, практически утрачивают свое значение принципы и жесткие рамки седентаризма (см. 2.1.): томские студенты считают пространственные перемещения эффективным средством достижения личных целей и удовлетворения потребностей (85%) и готовы в будущем сменить место жительства или отправиться в длительное путешествие (65%).

Многие учащиеся высших учебных заведений Томска уже сегодня стремятся использовать доступные и многообразные возможности академической мобильности, международного обмена и волонтерских стажировок (см. 2.2.). Среди опрошенных студентов 60% выражают желание попробовать свои силы и воплотить стремление к мобильному образу жизни именно таким образом. При этом около 10% студентов уже имеют опыт участия в одном из многочисленных направлений подобных программ. Однако, вопреки стремлениям, желаниям и планам, современный томский студент все же не может воплотить собой сущность, тождественную образу глобального цифрового кочевника. Являясь учащимся высшего учебного заведения, он вынужденно связан пространственными границами, административными и социальными обязательствами на период обучения.

Следовательно, невозможно говорить о полной свободе и потере значимости пространственно-временных пределов. В то же время обучение и получение высшего образования традиционным способом, все еще доминирующим как в городе, стране, так и в глобальном научно-образовательном пространстве, является одной из ведущих целей, определяющих направления социальной активности и степень использования доступных в сетевом обществе возможностей, характеризующие студентов Томска. Большая их часть (83%) считает, что очная форма обучения на сегодняшний день позволяет получить более качественное образование, достичь высокого уровня профессиональной компетентности, необходимого для успешной самореализации. Дистанционное и заочное обучение, онлайн-курсы, по мнению томских студентов, являются подходящей формой для получения дополнительного образования, приобретения второстепенных знаний и навыков, но не могут заменить или хотя бы приблизиться к той роли, которую, на их взгляд, играет традиционное очное базовое образование в становлении личности будущего профессионала.¹⁶⁰

Итак, томский студент, располагая широким диапазоном возможностей для мобильности, способен реализовываться как «сезонный» цифровой кочевник, но не как постоянный глобальный номад, поскольку ограничен рядом пространственных, социальных и

¹⁶⁰ В ситуации получения равноценного диплома о высшем образовании предпочтут заочную форму обучения или дистанционные программы/открытые онлайн-курсы лишь 8 и 9% студентов соответственно.

административных факторов. Сам статус студента указывает на его «заключение» в рамках учебного процесса и принадлежность к высшему учебному заведению: если в Средние века подобного звания и статуса удостоивался каждый, кто был занят процессом познания¹⁶¹, то сегодня он имеет прямое отношение только к учащимся университетов.

Кроме того, стоит заметить, что аудитория, стремящаяся к получению знаний и образования с использованием возможностей онлайн-обучения (в частности, массовых открытых онлайн-курсов) определяется как «слушатели», но не как «студенты». Подобный факт также подтверждает значимость очной формы обучения, личной и двусторонней коммуникации с преподавателями и иных отличий, характеризующих традиционную модель образования и студента как ее ключевое звено. Следовательно, студенты томских университетов сегодня могут полностью соответствовать исключительно образу локального цифрового номада и культурно-антропологическому профилю молодого городского цифрового кочевника.

При этом условно можно выделить два подтипа томских студентов – городских цифровых номадов:

- «Глокальные» студенты-номады – глобальные цифровые кочевники, временно оставившие привычный образ жизни для достижения личных целей - получения высшего образования в одном из шести университетов Томска. «Отсроченное кочевание» в данном случае стимулирует перенос привычных моделей поведения и социальной активности в ограниченное городское пространство – «оазис» и место воплощения «топического» номадизма. К подобному подтипу могут быть отнесены и учебные мигранты – иногородние и иностранные студенты, совершившие пространственное перемещение в город-университет и воспринимающие его как временное пристанище и площадку для удовлетворения краткосрочных образовательных потребностей.
- «Единственно локальные» студенты-кочевники – представители студенческого сообщества и городские номады, имеющие опыт «кочевых» практик лишь в пределах городского пространства Томска. Чаще всего это студенты-томичи, для которых город является родным, однако они лишены привязанности к дому как центру социальных взаимодействий и рабочих/учебных процессов.

«Кочевая» инфраструктура в Томске развивается очень динамично (см. § 2.2) и стимулирует все большее число студентов к освоению локального номадизма. Так, более

¹⁶¹ Википедия : [Электронный ресурс] : Свободная энциклопедия.
URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%82%D1%83%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%82> (Дата обращения: 5.06.16)

половины томских студентов предпочитают заниматься делами, связанными с учебой и работой, не только в привычных пространствах дома или общежития, но и в «третьих местах». При этом среди студентов технических специальностей гораздо больше тех, кто выбирает подобную форму организации рабочих процессов в качестве основной: 62% «технарей» против 43% «гуманитариев». Среди широкого диапазона доступных пространств, предлагающих посетителям в числе прочих основную и необходимую возможность – доступ к Сети, студенты томских университетов отдают предпочтение библиотекам и кафе. Коворкинг-зоны не пользуются популярностью среди представителей студенческого сообщества (лишь 20% называет их в числе предпочтительных мест для работы и учебы), что объясняется в первую очередь недостаточной информированностью аудитории о подобных местах и услугах.¹⁶² Здесь также присутствует деталь, выделяющая студентов-«технарей»: они гораздо меньше, чем студенты гуманитарных специальностей и направлений привязаны к дому как рабочему и учебному пространству¹⁶³ и предпочитают организовывать рабочие процессы в кафе. В то же время «гуманитарии» отдают предпочтение библиотекам как наиболее комфортным и соответствующим их личностным потребностям «третьим местам».

При выборе места для работы/учебы томские студенты в первую очередь обращают внимание на доступность подключения к Сети и отсутствие внешнего шума (например, громкой музыки).¹⁶⁴ В числе значимых в данном контексте факторов студентами также были определены: приемлемая стоимость посещения рассматриваемого места; комфортные условия расположения личных технических устройств в пределах оцениваемого места; наличие возможности принятия пищи. Существенным недостатком, оказывающим сильное влияние на предпочтения студенческого сообщества в процессе выбора рабочего или учебного пространства, является присутствие большого количества людей. Кроме того, возможность совмещения личных дел с развлечениями – фактор, предположительно оказывающий скорее благоприятное воздействие на выбор «третьего места» - воспринимается значительной частью томских студентов (41%) негативно и считается отталкивающим. Многие представители студенчества указывают на сложность совмещения досуга и рабочих процессов, а также на страх не успеть сделать что-либо важное из-за потраченного впустую времени (более 80%).

Томские студенты посещают «третьи места», прежде всего, с целью решения наиболее значимых вопросов, серьезных рабочих и учебных задач. В подобных ситуациях, как утверждают участники фокус-групп, они сталкиваются с необходимостью сосредоточиться и

¹⁶² 40% студентов утверждают, что им неизвестно, что собой представляют коворкинг-зоны и присутствуют ли они в городском пространстве Томска.

¹⁶³ 73% «гуманитариев» и 50% «технарей» часто работают или учатся дома.

¹⁶⁴ Возможность свободного подключения к сети Интернет обозначают ключевым фактором при выборе «третьего места» более 50% студентов, а присутствие внешних шумов воспринимают негативно 90% опрошенных, среди которых 23% учитывают его в процессе выбора в первую очередь.

иметь возможность стабильного доступа к сети Интернет: «Если нужно сделать что-то серьезное, то я обязательно буду искать место, где есть Wi-Fi»; «Я обязательно ищу место, где есть Wi-Fi, если нужно поработать с ноутбуком». Именно с целью удовлетворения данных потребностей они выбирают кафе и библиотеки в качестве рабочих пространств. При этом важно, что в данном случае ведущим техническим устройством, сопровождающим томского студента во время активной работы в «третьих местах», выступает уже не мобильный телефон, но ноутбук или стационарный компьютер. Следовательно, студенческое сообщество выбирает и использует серьезные, мощные и многофункциональные устройства для сопровождения наиболее значимых рабочих и учебных процессов, а смартфон в большей степени выступает в роли средства досуга или инструмента для решения незначительных задач.

Процессы технологизации, сетевизации и номадизации накладывают отпечаток не только на образ жизни, модели поведения и ценностные ориентации современного томского студенчества, но отражаются и на личностной, социальной природе представителей данной группы. Современный студент-номад демонстрирует множество уникальных социально-психологических черт и характеристик, существенно отдаляющих его от представителей предыдущих поколений и студенческого сообщества прошлых лет. Трансформируются модели социального взаимодействия, утрачивают свое значение родственные связи, дом как «точка опоры» и пространство личного комфорта. Все менее важным становятся определенность будущего, которая подменяется жадой свободы, стремлением к независимости и тягой к скорости.

Родственные связи и отношения уже не имеют определяющего значения в жизни и в случае выбора личностной траектории томскими студентами. Чувство стабильности и защищенности сегодня в большей степени связано с уверенностью в собственных силах, а не с домом и семьей. Современный студент стремится отделиться не только от пространственных, но и от социальных и психологических границ, определявшихся традициями, нормами, обязательствами и социальными ролями. «Живое» общение подменяется виртуальным, семейные традиции – стремлением к одиночеству (30%) или построению отношений, основанных на общности взглядов, ценностей и интересов (98%). Именно данный критерий становится основой для выбора людей, составляющих ближайшее окружение и имеющих действительное значение в жизни сегодняшних томских студентов.

Вопросы происхождения и национальной принадлежности также перестают интересовать представителей студенческого сообщества: более 50% студентов считают их не слишком важными и значимыми, а для четверти они не интересны вовсе. На смену подобным ценностям приходит стремление к свободе (30%), построению личных отношений, основанных на принципах общности и духовной близости (36%), а также желание достичь профессионального

успеха (35%) и готовность к различным обстоятельствам (в том числе и пространственным перемещениям) для достижения личных целей и удовлетворения потребностей (85%). При этом желания и стремления динамично изменяются и формируют в студенческой среде привычную модель «жизни одним днем», когда долгосрочные планы, размышления о будущем и перспективах заменяются электронным расписанием дня и списком целей, уместающимся на экране мобильного телефона.¹⁶⁵

Ускоряющиеся информационные и коммуникационные потоки, характерные для сетевого общества и локальной социальной среды города-университета, приближающегося к образам «коммуникационного хаба» и сети, формируют в томских студентах способность к быстрой адаптации и приучают их к перманентной смене обстоятельств, планов и даже мнений и интересов. Большая часть студенческого сообщества (65%) сегодня привыкла к динамичности социальной среды и выражает не только уверенность в собственных способностях к «наносекундной» адаптации, но и стремление к ускорению потоков и увеличению темпов происходящих изменений.

Ускорение способствует упрощению. Так, растущие темпы трансляции и увеличивающиеся объемы доступной информации приводят не только к отсутствию времени для ее прочтения, но и к развитию уникального явления сетевого общества – «информационного голода», а также, как следствие, к росту потребности в быстром потреблении информации. Так, томские студенты в качестве одной из главных функций технических устройств обозначают мгновенный доступ к данным. При этом наиболее распространенным источником становятся социальные сети и новостные сайты, также популярные среди студенческой аудитории. Однако для студентов важен не только доступ к информации (обеспечиваемый как наличием технического устройства, так и подключением к Сети), но скорость и объем. Чтение масштабных и «серьезных» текстов становится все менее привлекательным занятием. Взамен возникают потребности в «быстром узнавании» и потреблении большого информационного объема за максимально короткий срок.

Современные томские студенты стремятся выступать не только в роли получателей информации, но становятся источниками и трансляторами. Желание делиться новостями, сообщать о важных событиях, описывать подробности собственной (в том числе и личной) жизни широкому кругу пользователей Сети, которые далеко не всегда являются близкими и даже знакомыми людьми, сопутствует 65% представителей студенческого сообщества, а для 25% является постоянным, ежедневным и сопровождается регулярностью соответствующих

¹⁶⁵ 36% студентов заявляют, что не представляют свою жизнь через 5, 10, 15... лет и не имеют определенных планов и целей, а для 10% планирование будущего является бессмысленным процессом, на который они предпочитают не тратить личное время.

действий. Чаще всего в качестве платформы для публикации личного текстового, фото- и видеоконтента студенты предпочитают социальные медиа, среди которых наибольшей популярностью пользуются сети «ВКонтакте» и «Instagram», а основным пространством виртуального общения выступают набирающие популярность «мессендж-приложения».

Растущая скорость информационных и коммуникационных потоков способствует как развитию положительных последствий и личностных преобразований, так и появлению отрицательных результатов. Современных студентов начинает сопровождать перманентный страх ошибочности действия, недостаточности времени, они все чаще боятся пропустить что-то значимое (причем как в реальном, так и в виртуальном пространстве) и не успеть завершить важные для себя дела и достичь необходимых целей. Для 77% студентов подобные страхи становятся ежедневными и сопровождающими их повсеместно, и лишь 6% удается избежать подобных состояний и не зависеть от скоростей потоков сетевого общества.

Данные опасения порождают стремление к максимальной результативности: многие томские студенты проявляют крайнюю степень обязательности и не могут оставить дела, связанные с учебой или работой, незавершенными (75%). Большинство из них, выбирая между отдыхом, развлечениями или работой и учебой, предпочитают второй вариант как наиболее важный и приоритетный. При этом более 70% студенческого сообщества тратят более 5 часов в день на решение подобных задач, выходящих за рамки расписаний и офисов (из них 23% - более 8 часов ежедневно), что позволяет предположить, что основным источником досуга и отдыха для них выступает смартфон как устройство, сопровождающее их в каждый момент свободного времени.

Посвящая большую часть личного времени решению рабочих и учебных задач и используя технические устройства как средства развлечения, томские студенты все же проявляют потребность в культурном досуге в пределах реальных пространств. Так, одним из предпочтительных форматов отдыха для них является посещение публичных мероприятий – концертов, выставок, спектаклей и др., - соответствующих их интересам и ценностям. Однако в данном случае нельзя говорить о подобной форме досуга как об альтернативе виртуальным развлечениям. Технические устройства сопровождают студентов перманентно и обеспечивают их связь с Сетью как пространством личного комфорта ежесекундно.

Рассмотренные социально-психологические и культурно-антропологические характеристики томского студента – номада находят отражение в «портрете» реального цифрового кочевника (см. §1.4). В качестве их общих черт, ценностных установок и жизненных стратегий могут быть определены: предпочтение виртуальных коммуникаций «живому» общению; модель «жизни одним днем»; потребность в сетевом подключении и использование технических устройств в качестве основного средства взаимодействия с внешним миром;

жажда свободы и стремление к независимости; выбор «третьих мест» как рабочих и учебных пространств и др. (подробнее см. Приложение 5. Действительный цифровой номад и томский студент – цифровой кочевник: сходства и отличия).

При этом одним из наиболее существенных отличий студента-кочевника от действительного цифрового номада становится его осознанное предпочтение временной пространственной ограниченности. Причиной подобного отказа от глобальных «кочевых» практик становится стремление к получению качественного высшего образования, что, по мнению студента-номада, возможно только в процессе очного обучения.

Не имея возможности постоянного «кочевания» и не идентифицируя себя как представителей глобального социокультурного явления цифрового номадизма, томские студенты тем не менее мобильны, используют пространства «третьих мест» для решения рабочих и учебных задач и являются активными пользователями Сети и технических устройств, что позволяет определять их как локальных (городских) цифровых кочевников: «глокальных» и «единственно-локальных» студентов-номадов.

Развитие цифрового кочевничества в студенческой среде Томска, подтверждаемое присутствием у современных учащихся томских вузов черт, качеств и характеристик, свойственных реальным цифровым номадам, позволяет выделять студентов-кочевников как отдельную общность и неорганизованную социальную группу. В подобном контексте томские студенты – цифровые номады как уникальная часть студенческого сообщества города-университета становится привлекательным объектом для рекламных коммуникаций.

Выводы к Главе 2:

1. Модели и концепции организации городских пространств полиса и цивитаса становятся одними из наиболее ранних систем, олицетворяющих противоречие между седентаризмом и кочевничеством.

2. В сетевом информационно-коммуникативном обществе под влиянием многочисленных социальных, экономических, технологических процессов происходят изменения, отражающиеся на городах как единицах глобального социума. Многие исследователи связывают происходящее с переходом от главенствовавшей долгое время концепции полиса и седентаристской метафизики к модели цивитаса и все большей значимости мобильности и номадизма.

3. Томск как центр сибирской науки, долгое время находившийся под влиянием принципов седентаризма, все очевиднее приближается к модели цивитаса как пространства господствующего движения. В первую очередь подобным изменениям способствуют развитие международной деятельности университетов и высокие темпы технологизации.

4. Университеты города как градообразующие структуры уже предпринимают шаги для адаптации социальной и образовательной инфраструктуры к происходящим изменениям и потребностям цифровых кочевников.

5. Актуальным становится рассмотрение студенческой среды Томска в контексте глобального явления цифрового номадизма, что подтверждают следующие факторы: постепенная потеря прежней значимости принципов седентаризма; принадлежность представителей томского студенчества к сетевому поколению и становление студентов Томска как цифровых аборигенов; растущий поток учебных мигрантов; увеличение мобильности томских студентов в результате расширения диапазона возможностей академической мобильности, программ международного студенческого обмена, волонтерских и профессиональных стажировок, дистанционного образования и онлайн-курсов.

6. Формирование городской «кочевой» инфраструктуры способствует номадизации студенческого сообщества Томска.

7. Большинству студентов Томска не известно точное значение понятий «цифровой номадизм» и «цифровой кочевник».

8. Томские студенты, во-первых, осведомлены о текущем этапе развития современного общества, происходящих процессах и открывающихся возможностях; во-вторых, большинство из них успешно декодируют сообщение, транслируемое терминами «цифровой кочевник», «цифровой номадизм»; в-третьих, студенты Томска в большинстве случаев обнаруживают способность воспроизводства образов, включающих ключевые характеристики цифровых номадов и кочевничества как образа жизни.

9. Многие студенты томских университетов уже сегодня фактически являются локальными (городскими) цифровыми номадами и косвенно проявляют стремление к самоидентификации и самопрезентации в образе действительного цифрового номада.

10. Глобальные «кочевые» практики томских студентов временно ограничены рядом пространственных, социальных и административных факторов, поэтому могут проявлять себя только как «сезонные» глобальные цифровые номады.

11. Социально-психологический и культурно-антропологический «портрет» томского студента – цифрового кочевника включает большое количество черт, отличающих действительного цифрового номада, однако присутствуют и отличающие его характеристики. Среди них, в первую очередь, осознанное ограничение глобальных «кочевых» практик как следствие личного стремления к получению качественного высшего образования.

Глава 3. Томский студент – цифровой номад как объект современной рекламной коммуникации

3.1. Особенности рекламной коммуникации в цифровую эпоху

Сетевое информационное общество формирует новые коммуникационные потоки и течения, актуализирует уникальные потребности и трансформирует фундаментальные социальные институты, где на смену традициям, нормам и устоявшимся правилам приходит динамизм и необходимость постоянной адаптации к изменчивой сущности среды. Подобные процессы, преобразующие все социальное в сети, узлы и потоки, не могли не отразиться на рекламе как институциональной единице и форме коммуникации, которая в новом измерении трансформируется «в отношения между элементами той или иной социальной сети» в ее глобальном значении и узлами как локальными единицами целостной и плотно сплетаемой структуры.¹⁶⁶

Основываясь на принципах сетевой природы социальных коммуникаций в современном обществе, Д.Ю. Марухно определяет рекламу как «анонимное либо авторское обращение одного субъекта сетевого взаимодействия к другому (другим), направленное на информирование о каком-либо объекте взаимодействия либо создание определенного образа этого объекта с целью его позиционирования в сети».¹⁶⁷ Безусловно, слабой стороной данного определения является упущение автором одной из важнейших составляющих рекламной коммуникации – формирования потребительского интереса у различных аудиторий общественности как узлов глобальной сетевой структуры. Однако оно позволяет взглянуть на рекламу в контексте сущностной природы современного общества и происходящих в нем процессов.

Сетевизация сегодня включает рекламную коммуникацию в сложную структуру переплетений, узлов и связей, где ни одна из составляющих единиц и структур не может не быть подвержена воздействию глобальных процессов, среди которых ведущая роль принадлежит технологизации и цифровизации. Появление и стремительное развитие сети Интернет, цифровых и мобильных устройств и сетевых технологий для рекламной коммуникации ознаменовали наступление нового периода развития, требующего соответствующих изменений и адаптаций. Долгое время digital-реклама оставалась «экспериментальным новшеством» и дополнительным средством сопровождения традиционных методов и стратегий коммуникационного взаимодействия с потребителем.

¹⁶⁶ Марухно Д. Ю. Феномен рекламы в изменяющихся условиях современного мира // Молодой ученый. — 2010. — №10. С. 357

¹⁶⁷ Там же, С. 358

За период развития и распространения сети Интернет и виртуального пространства в целом до масштабов глобального явления реклама в данных измерениях не раз перевоплощалась, обретала новые формы, методы, инструменты, использовала многообразные сетевые ресурсы для трансляции сообщений, все сильнее отличавшихся от традиционных. Однако сегодня Интернет-реклама уверенно переходит от статуса эксперимента в разряд необходимости и доминирующей формы воплощения рекламных коммуникаций цифровой эпохи. Так, в 2015 году рынок Интернет-рекламы был признан самым стабильным, динамично развивающимся и превосходящим объемы печатной, радио-, наружной и телевизионной рекламы.¹⁶⁸ Кроме того, по мнению большинства аналитиков, в ближайшем будущем значение онлайн-рекламы лишь усилится, а традиционные средства массовой информации в качестве каналов рекламной коммуникации утратят свое значение в еще более значительной степени. Следовательно, будущее рекламных коммуникаций в цифровую эпоху непосредственно связано с ее виртуальными и сетевыми воплощениями в глобальном пространстве Интернет.

Различные формы и виды Интернет-рекламы сопровождали появление и развитие множества ресурсов, сервисов и технологий сетевого пространства. В результате, на сегодняшний день существует огромное количество рекламных технологий и видов продвижения в Сети, среди которых: контекстная, вирусная, поисковая реклама, e-mail-рассылка, реклама в социальных медиа и многие другие. Популярность и востребованность каждого из них напрямую зависит от настроений и предпочтений пользователей, определяющих, какая из существующих технологий станет ведущей, а для какой время актуальности и востребованности прошло и больше не вернется.

Таким образом, законы функционирования и развития сети Интернет зависят исключительно от аудитории ее «жителей», и на каждом этапе происходящих изменений существуют тренды, отражающие настроения и потребности общественности как основного регулятора виртуальных процессов. Сегодняшние реалии сетевого коммуникативного пространства существенно отличаются от более ранних этапов распространения и развития сети Интернет и, безусловно, находят отклик и в рекламе как единице виртуального мира. Следовательно, наиболее эффективным способом для понимания текущей ситуации и стадии развития рынка Интернет-рекламы становится рассмотрение актуальных трендов и тенденций, существующих в данной области и в виртуальном измерении на сегодняшний день.

3.1.1. Социальные медиа как каналы рекламной коммуникации

¹⁶⁸ Пуля В. 10 трендов новых медиа в 2016 году : [Электронный ресурс] / Наука о рекламе. Экспрессионисты. 2016. URL:<http://www.advertology.ru/article135173.htm> (Дата обращения: 2.06.16)

Блог-платформы, социальные сети, фото- и видео-хостинги долгое время играли роль экспериментальных рекламных площадок, где компании и организации создавали группы и паблики и пытались различными (часто импровизационными) способами привлечь внимание пользователей к открытым или неумело замаскированным рекламным сообщениям. Сегодня подобный подход к использованию социальных медиа становится все менее результативным, что объясняется несколькими причинами. Во-первых, современные пользователи не заинтересованы в прямом воздействии и проявляют максимальную степень «глухоты к рекламе». Во-вторых, сами сетевые ресурсы – медийные площадки, используемые многими в рекламных целях, стремятся к контролю над подобными процессами. Так, одна из самых популярных глобальных социальных сетей Facebook активно уменьшает видимость рекламного контента для пользователей, стимулируя компании и организации к переходу на оплачиваемое и официальное взаимодействие. По мнению экспертов, подобному примеру в скором времени последуют все медийные сетевые платформы. В-третьих, большинство представителей активной аудитории социальных медиа предпочитают потреблять информацию рекламного характера в развлекательной и полезной форме, получая определенный уникальный опыт, знания или впечатления.¹⁶⁹ Подобные условия стимулируют рынок Интернет-рекламы к качественным изменениям, воплощающимся в различных тенденциях и трендах, которые, как правило, носят глобальный характер.

Ключевой характеристикой эффективного рекламного контента становится его уникальность и ценность для аудитории. Поэтому все большее число компаний обращаются к возможностям нативной рекламы как эффективному способу стимулирования естественного интереса у пользователей социальных медиа.¹⁷⁰ Подобный формат предполагает максимальную адаптацию к контенту медийного канала, в результате чего рекламное сообщение не воспринимается как «инородное» или «агрессивное», а плотно «вплетается» в основной поток и соответствует его форме и содержанию. Популярными среди рекламодателей сегодня являются два типа нативной рекламы. Первый предполагает косвенное упоминание продукта и развлекательный или образовательный формат подачи сообщения. В данном случае максимально учитываются интересы аудитории, а также самой платформы, выбираемой для трансляции. Однако для рекламодателей (и особенно – для представителей малого бизнеса) подобный формат имеет существенный недостаток: стратегия «мимикризации» или «маскировки» не является быстрым средством получения прибыли и не дает прямых продаж.

¹⁶⁹ Дементий Д. 15 трендов, которые изменят интернет-маркетинг к 2016 году : [Электронный ресурс]/Текстерра. 2015. URL: <http://texterra.ru/blog/15-trendov-kotorye-izmenyat-internet-marketing-k-2016-godu.html> (Дата обращения: 1.06.16)

¹⁷⁰ И. Петров, директор по стратегическому планированию, Proximity Russia (<http://www.sostav.ru/publication/glavnye-trendy-v-digital-v-rossii-20488.html>)

Кроме того, гораздо сложнее оценивать эффективность и результативность выбранного метода. Второй тип нативной рекламы отличается прямым описанием товара или услуги, что, однако, происходит с не меньшим вниманием к медийной платформе как каналу коммуникации с потребителем.

Среди преимуществ нативной рекламы наиболее значимым является ее тесная связь с пользователем. Он получает сообщение в пространстве и в контексте, в которых ему это удобно и комфортно, что обеспечивает повышение уровня его лояльности не только к рекламе, но и к самому продукту, бренду и/или компании. Кроме того, пользователи Сети выражают желание не только просмотра или прочтения рекламных сообщений в подобном формате, но и готовы делиться полученной информацией в пространствах личных аккаунтов и персональных страниц. Так, по данным исследования компании «IPG Media Lab», время, затрачиваемое пользователями на просмотр/прочтение нативных рекламных сообщений, практически соответствует их расходам данного ресурса на взаимодействие с оригинальным контентом в социальных медиа.

32% пользователей выражают положительное отношение к подобному формату рекламы и готовы делиться постами данного вида с другими представителями активной аудитории. «Вирусность» нативной рекламы позволяет, во-первых, увеличить длительность взаимодействия аудитории с сообщением, а во-вторых, получить доступ к пользователям за пределами выбранной медийной платформы. Следовательно, подобный формат Интернет-рекламы максимально учитывает интересы потребителей, их требования и желания в пространствах виртуальных медийных платформ, что объясняет его востребованности и популярность среди современных рекламодателей.

Нативная реклама в виртуальном пространстве воплощается не только в текстовой форме, но и в визуальных образах, создаваемых с помощью фото-, видео- и графического контента. Так, популярными площадками для визуальной нативной рекламы становятся глобальные фото-платформы «Instagram» и «Pinterest». Причины подобной популярности – численность аудитории¹⁷¹, а также преимущества визуального контента перед текстовым в контексте привлечения и удержания внимания пользователей.¹⁷² Рекламодатели стремятся к активному и эффективному использованию возможностей подобных сервисов, а создатели стимулируют развитие рынка Интернет-рекламы в данных направлениях, увеличивая диапазон доступных решений.

¹⁷¹ Глобальная аудитория «Instagram» превышает 400 млн. активных пользователей. (ссылка)

¹⁷² Согласно данным многочисленных исследований, визуальная информация способна привлекать и удерживать внимание человека (в том числе и пользователя Сети) на 65%, в то время как для текстовой подобный показатель составляет лишь 10%. (<http://lpgenerator.ru/blog/2014/03/22/chto-marketologu-nuzhno-znat-pro-infografiku/>)

Еще одной тенденцией в области текстового контента в социальных медиа становится переход к минималистичным информационным сообщениям и отказ от лонгридов, долгое время популярных в медийной среде и часто используемых для продвижения товаров и услуг.¹⁷³ Подобный формат, отличительной чертой которого является большой объем текста, структурированного с помощью разнообразных мультимедийных средств (фото, видео или графических изображений) и предполагающего увлечение пользователя на длительный период времени, теряет актуальность ввиду ускорения информационных потоков в виртуальном пространстве.¹⁷⁴ Современный пользователь, вынужденно отвлекающийся на различные источники, стимулы и информационные поводы, не может и не желает погружаться в одну тему надолго, стремясь к информационному разнообразию и увеличению скорости Интернет-серфинга. Следовательно, создателям и трансляторам рекламного контента также приходится учитывать данные требования виртуальной социальной среды и соответствовать им, облачая сообщения в краткую, лаконичную, но в то же время максимально содержательную форму.

Все большую популярность в Сети и пространстве социальных медиа приобретает формат онлайн-видеотрансляции. Подобные процессы связаны, прежде всего, с появлением и массовым распространением нескольких приложений для видеостриминга в режиме реального времени: «Periscope», на сегодняшний день являющегося лидирующей платформой и насчитывающего более 10 млн. пользователей, «MeerKat», «Boomerang».¹⁷⁵ Испытать свои силы и попробовать возможности новых площадок стремятся многие компании, создавая видео-материалы нового формата и на собственном опыте изучая специфику незнакомых пространств. Активность аудитории и рекламодателей в пределах подобных платформ «реалтайм-видео», а также высокие темпы роста их популярности среди пользователей Сети позволяют считать подобный формат трендом настоящего времени в области развития социальных медиа и виртуального рекламного рынка.

3.1.2. Мобильные устройства и реклама

С каждым годом растет популярность мобильных устройств как источников ключевой потребности представителей сетевого информационно-коммуникативного общества – подключения к Сети. На сегодняшний день смартфон в качестве основной точки доступа в Интернет используют уже около 40% населения нашей страны (50 млн. человек), и число

¹⁷³ Пуля В. 10 трендов новых медиа в 2016 году : [Электронный ресурс] / Наука о рекламе. Экспрессионисты. 2016. URL: <http://www.advertology.ru/article135173.htm> (Дата обращения: 2.06.16)

¹⁷⁴ Википедия : [Электронный ресурс] : Свободная энциклопедия. URL : <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D0%BE%D0%BD%D0%B3%D1%80%D0%B8%D0%B4> (Дата обращения: 3.06.16)

¹⁷⁵ ТОП 7 маркетинговых трендов 2016 года : [Электронный ресурс]/ Наука о рекламе. Экспрессионисты. 2016. URL : <http://www.advertology.ru/article135761.htm> (Дата обращения: 3.06.16)

активных пользователей мобильного подключения продолжает расти.¹⁷⁶ Кроме того, эксперты предсказывают предстоящее появление и активное развитие ультра-мобильного подключения в результате роста популярности смарт-часов и интерактивных браслетов.¹⁷⁷

Подключение к Сети для современных пользователей становится перманентным состоянием: 68% людей взаимодействуют со смартфоном ежеминутно, начиная с момента пробуждения и завершая подобный процесс лишь за мгновение до сна.¹⁷⁸ Подобная ситуация не может остаться незамеченной и представителями рынка Интернет-рекламы: все большее число рекламодателей, агентств, технологических компаний «стремятся разобраться с мобильным форматом и возможностями его использования с целью продвижения товаров и услуг».¹⁷⁹

Компаниям и организациям приходится адаптироваться к новым технологическим и коммуникационным условиям, поскольку модели и стандарты, ставшие привычными для специалистов в области Интернет-рекламы, нуждаются во все более серьезных преобразованиях и качественных изменениях. Так, возможности мобильных устройств более ограничены и требуют простоты во всех возможных воплощениях: текстовой, графической, фото- и видео-форматах. Кроме того, пользователи смартфонов проявляют высокую степень консервативности: они не стремятся изучать новые возможности, интерфейсы и приложения, предпочитая использовать уже привычные и комфортные средства для достижения личных желаний и удовлетворения потребностей в подключении к Сети, получении информации и выстраивании коммуникационных потоков.

Следовательно, рекламодатели вынуждены совмещать максимальную простоту с использованием уникальных идей в рамках привычных для пользователей мобильных пространств. В качестве подобных платформ и площадок, удовлетворяющих как интересы аудитории, так и потребности рекламодателей все чаще выступают набирающие популярность мобильные приложения – «мессенджеры».

3.1.3. «Мессенджеры» и их возможности в рекламной коммуникации

Еще одной ступенью в развитии онлайн-коммуникаций становятся приложения для мгновенного обмена сообщениями или «мессенджеры», которым многие эксперты уже прочат

¹⁷⁶ КОЛИЧЕСТВО ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ИНТЕРНЕТА В РОССИИ [Электронный ресурс]: Интернет в России и в мире : URL:http://www.bizhit.ru/index/users_count/0-151 (Дата обращения: 5.06.16)

¹⁷⁷ Дементий Д. 15 трендов, которые изменят интернет-маркетинг к 2016 году : [Электронный ресурс]/Текстерра. 2015. URL:<http://texterra.ru/blog/15-trendov-kotorые-izmenyat-internet-marketing-k-2016-godu.html> (Дата обращения: 1.06.16)

¹⁷⁸ Согласно данным, предоставленным представителем компании «Unilever» А. Афанасьевым, 68% людей берут в руки смартфон в первые 15 минут после сна, а 66% - держат мобильное устройство рядом со своей кроватью. ([Электронный ресурс] <http://riw.moscow/info/press/374/>) (Дата обращения: 2.06.16))

¹⁷⁹ Г. Сахрай, генеральный директор PRT/Edelman Affiliate. (<http://www.sostav.ru/publication/glavnye-trendy-v-digital-v-rossii-20488.html>)

роль «новых социальных сетей» и «комплексной замены рынка мобильных приложений».¹⁸⁰ Согласно данным аналитической компании «eMarketer», аудитория «мессенджеров» в конце 2015 года составляла 1,4 млрд. человек – 75% от всех пользователей смартфонов.¹⁸¹ При этом в России подобные сервисы используют около 60% обладателей мобильных средств связи или 50-60 млн. человек. Наиболее популярными сервисами в нашей стране являются «WhatsApp» и «Viber» (30-50 млн. человек ежемесячной активной аудитории), а также «Skype» и «Facebook Messenger».¹⁸²

Современные пользователи Сети все меньше стремятся транслировать личную информацию в пространствах социальных сетей. Более привлекательными для них становятся локализованные измерения в «мессенджерах», позволяющие взаимодействовать с ограниченным кругом лиц и создавать закрытые группы по интересам. Безусловно, социальные сети по-прежнему остаются популярной площадкой, открывающей доступ к разнообразному и неограниченному фото-, видео- и музыкальному контенту, однако многие процессы и виды виртуальной активности смещаются в сторону возможностей «мессендж-приложений».¹⁸³ Так, для аудитории подобных сервисов на сегодняшний день характерна активная игровая деятельность, просмотр видео, а также коммуникативное взаимодействие, в том числе с компаниями и организациями.

«Мессенджеры» становятся все более привлекательной и востребованной площадкой среди рекламодателей, поскольку сегодня являют собой едва ли не самый короткий путь от знакомства с товаром или услугой к покупке. Кроме того, в пределах подобных сервисов доступны широкие возможности таргетинга с учетом показателей местоположения, поисковых запросов, информации о покупках и других важных показателей.

В Китае многие активные компании и предприятия уже размещают рекламу и даже принимают платежи в пространствах крупнейшего в стране мобильного мессенджера «WeChat».¹⁸⁴ В западных обществах, и в частности в России, возможности, доступные для

¹⁸⁰ [Электронный ресурс] <http://adindex.ru/publication/analytics/forecasts/2015/12/16/130825.phtml> (Дата обращения: 29.05.16)

¹⁸¹ В феврале 2016 года аудитория одного из ведущих «мессенджеров» - «WhatsApp» – достигла 1 млрд. человек, «Facebook Messenger» – приложение глобальной социальной сети – использовали 800 млн. пользователей смартфонов, а аудитория сервиса «Telegram», разработанного П. Дуровым, составила 100 млн. ежемесячных пользователей. (Пуля В. 10 трендов новых медиа в 2016 году : [Электронный ресурс] / Наука о рекламе. Экспрессионисты. 2016. URL:<http://www.advertology.ru/article135173.htm> (Дата обращения: 2.05.16))

¹⁸² Мессенджеры — «новый чёрный» : [Электронный ресурс]: Медиа, Контент-маркетинг, Интернет-маркетинг URL:<https://habrahabr.ru/post/299380/> (Дата обращения: 28.05.16)

¹⁸³ Дементий Д. 15 трендов, которые изменят интернет-маркетинг к 2016 году : [Электронный ресурс]/Текстерра. 2015. URL:<http://texterra.ru/blog/15-trendov-kotorye-izmenyat-internet-marketing-k-2016-godu.html> (Дата обращения: 5.06.16)

¹⁸⁴ Основными источниками дохода для создателей приложений являются продажа игр и видеореклама. Так, выручка приложения в 2015 году составила около \$3,8 млрд. (Парми Олсон Бот в помощь: как мессенджеры научились зарабатывать миллиарды [Электронный ресурс] :|

рекламодателей в пределах приложения для мгновенного обмена сообщениями более ограничены, однако прогнозируется развитие данных сервисов в подобных направлениях. Уже сегодня «Viber» представляет компаниям и организациям возможность свободной и неограниченной коммуникации с аудиторией пользователей приложения, а также позволяет рекламодателям создавать и внедрять наборы стикеров как визуальных образов товаров и услуг, транслируемых аудитории.

Наиболее широким диапазоном возможностей для рекламодателей располагает «Telegram», предлагающий создание информационных каналов и групп, а также онлайн-лицензию, которая позволяет модифицировать код в интересах обладателя аккаунта и представителя компании или организации. Несмотря на то, что аудитория данного «мессенджера» существенно меньше количества пользователей «WhatsApp» и «Viber», она более лояльна к разнообразному (в том числе и рекламному) контенту и в большей степени заинтересована в информации. Так, средний процент охвата одного поста в пространстве «Telegram-мессенджера» составляет от 60 до 90% аудитории каждого канала.¹⁸⁵

Потенциалом уникального средства коммуникации между компаниями и аудиторией обладают автоматизированные системы – боты – как одна из возможностей «мессенджеров». Техническое средство, альтернативное ручному труду, впервые было создано профессором Массачусетского технологического института Джозефом Вайзенбаумом еще в 1964 году и представляло собой программу «ELIZA» - экспериментальный прообраз искусственного интеллекта, способный к максимально естественному исполнению роли психотерапевта в письменном диалоге с пациентом.¹⁸⁶ Сегодня программы существенно усовершенствованы и активно используются в качестве автоматических сервисов, функционирующих в интересах рекламодателей.

Например, «Kik» - один из популярных мобильных «мессенджеров» - активно воплощает подобные возможности в пределах пространств своего сервиса, запустив уже более 80 бот-программ для рекламодателей. Среди них: «MTV», «The Washington Post», «SkullCandy» и другие известные компании и организации, активно использующие свои виртуальные образы и голоса в пространстве «Kik».¹⁸⁷ Возможность использования бот-программ доступна и для пользователей «Telegram», создатели которого в 2016 году прогнозируют усовершенствование

URL:<http://www.forbes.ru/tekhnologii/internet-i-svyaz/313169-bot-v-pomoshch-kak-messendzhery-nauchilis-zarabatyvat-milliardy> (Дата обращения: 07.07.16)

¹⁸⁵ Мессенджеры — «новый чёрный» : [Электронный ресурс]: Медиа, Контент-маркетинг, Интернет-маркетинг URL:<https://habrahabr.ru/post/299380/> (Дата обращения: 28.05.16)

¹⁸⁶ Парми Олсон Бот в помощь: как мессенджеры научились зарабатывать миллиарды [Электронный ресурс] :| URL:<http://www.forbes.ru/tekhnologii/internet-i-svyaz/313169-bot-v-pomoshch-kak-messendzhery-nauchilis-zarabatyvat-milliardy> (Дата обращения: 07.07.16)

¹⁸⁷ Там же

программируемых ботов. Согласно планам создателей, они позволят не только значительно автоматизировать коммуникационные процессы, но и осуществлять платежи, а следовательно, сопровождать потребителей на каждом этапе их взаимодействия с товаром/услугой в пределах мобильных пространств «мессенджеров» и располагать максимально полной информацией об эффективности рекламной стратегии, интересах, предпочтениях аудитории и потребительском поведении.

Итак, «мессендж-приложения» сегодня становятся новым средством в руках специалистов по рекламе, позволяющим не только успешно взаимодействовать с потребителями, но и получать доступ к информации о представителях различных групп и аудиторий, а также отслеживать эффективность рекламной стратегии на каждом этапе ее реализации. Однако возможности для анализа в данном случае ограничены пределами коммуникативного пространства, в то время как существуют способы более полного охвата аудитории, происходящих процессов и получаемых результатов, которые становятся доступны благодаря алгоритмам больших данных.

3.1.4. Большие данные (Big Data) в рекламно-коммуникационных процессах

Цифровые технологии сопровождают большинство действий представителей сетевого информационно-коммуникативного общества. Полная или частичная передача определенных процессов на попечение искусственного интеллекта («жизненный аутсорсинг»), активное использование сетевых возможностей для управления коммуникационными и информационными потоками, потребление и генерация контента и т.д. отражают не только образ жизни современного человека. Перечисленные процессы означают и перманентное увеличение данных, воспроизводящих активность и направления деятельности пользователей в сети Интернет. Веб-платформы становятся не только виртуальными пространствами социальной активности пользователей, но и поставщиками сведений об их поведении, предпочтениях, интересах и формах их проявления, генерируя потоки данных, доступных для анализа, ежесекундно. Источниками подобных потоков служат роботизированные приборы для мониторинга, операционные системы персональных устройств, смартфоны, системы наблюдения, разнообразные сенсоры и датчики и многие другие интеллектуальные системы, сопровождающие человека и каждое его действие.

Процессы глобальной технологизации и цифровизации способствовали колоссальному росту объемов данных, поступающих с различных устройств, приборов, систем и сервисов и записываемых в мировые хранилища.¹⁸⁸ Необходимость сохранения большого количества

¹⁸⁸ Согласно исследованиям и прогнозам компании «IDS Digital Universe», к 2020 году на каждого члена современного общества будет приходиться по 520 Гб личной информации и уникальных сведений, а общий объем глобальных «хранилищ» больших данных составит до 40 зеттабайт. (Что такое Big Data (большие данные) в

поступающей информации, ее оперативной обработки способствовала возникновению алгоритмов больших данных и data-центров как пространств их хранения, извлечения и дальнейшего комплексного анализа.¹⁸⁹ Кроме того, глобальные масштабы и экспоненциальный рост потоков сетевой информации стимулировали возникновение и развитие датологии как науки о данных, являющей собой раздел информатики, где основным объектом внимания выступают процессы обработки и анализа больших объемов данных в цифровом виде.¹⁹⁰

Анализ больших данных (БД) на сегодняшний день является одним из наиболее эффективных и перспективных инструментов для специалистов по рекламе в сетевом пространстве. Он успешно применяется для получения информации о целевой аудитории, интересах, потребностях, направлениях активности действующих и потенциальных потребителей. На основе получаемых сведений становится возможным составление многогранного и максимально полного «портрета» представителей различных групп потребителей, анализ соответствий между ожиданиями аудитории, транслируемыми рекламными сообщениями и самим продуктом, оценка уровня удовлетворенности и лояльности клиентов.

Возможности, доступные в результате использования алгоритмов больших данных, стимулируют развитие мирового рынка программатик-рекламы – механизма автоматического подбора площадок для таргетинга в соответствии с заданными параметрами.¹⁹¹ В результате эффективное использование методов анализа БД позволяет транслировать рекламные сообщения только пользователям-потребителям, заинтересованным в товаре или услуге, делать это исключительно в пределах веб-платформ, где они готовы и желают получить информацию и облачать ее в форму, максимально соответствующую их ожиданиям и интересам.¹⁹²

маркетинге: проблемы, алгоритмы, методы анализа :
[Электронный ресурс]: URL <http://lpgenerator.ru/blog/2015/11/17/что-такое-big-data-bolshie-dannye-v-marketinge-problemy-algoritmy-metody-analiza/> (Дата обращения: 26.05.16))

¹⁸⁹ Термин «большие данные» сегодня используется для обозначения «набора информации, по объему превосходящего жесткий диск одного персонального устройства и не поддающегося обработке классическими инструментами, применяемыми для меньших объемов.

Впервые термин был использован в статье К. Линча, главного редактора журнала «Nature», в 2008 году. Номер был посвящен росту глобальных объемов данных и их роли в современной науке. (Что такое Big Data (большие данные) в маркетинге: проблемы, алгоритмы, методы анализа :
[Электронный ресурс]: URL <http://lpgenerator.ru/blog/2015/11/17/что-такое-big-data-bolshie-dannye-v-marketinge-problemy-algoritmy-metody-analiza/> (Дата обращения: 26.05.16))

¹⁹⁰ Дементий Д. Каким должен быть идеальный маркетолог в цифровую эпоху : [Электронный ресурс] /Текстерра. 2015. URL: <http://texterra.ru/blog/kakim-dolzhen-byt-idealnyy-marketolog-v-tsifrovuyu-epokhu.html> (Дата обращения: 5.06.16)

¹⁹¹ Пуля В. 10 трендов новых медиа в 2016 году : [Электронный ресурс] / Наука о рекламе. Экспрессионисты. 2016. URL:<http://www.advertology.ru/article135173.htm> (Дата обращения: 2.06.16)

¹⁹² Объем программатик-рекламы на российском рынке уже оценивается экспертами достаточно высоко: до 30% от рынка Интернет-рекламы в Рунете. При этом ожидается дальнейший рост ее динамики в 2016 году. (Пуля В. 10 трендов новых медиа в 2016 году : [Электронный ресурс] / Наука о рекламе. Экспрессионисты. 2016. URL:<http://www.advertology.ru/article135173.htm> (Дата обращения: 2.06.16))

Развитие алгоритмов больших данных на сегодняшний день требует от специалистов по рекламе в Сети формирования и развития новых профессиональных компетенций: «Чтобы улучшить то, что уже работает, нужно лучше разбираться в том, как это работает. Это главный вопрос наступающего года, и ответить на него можно, только научившись по-настоящему экспертно обращаться с данными. Просто выгрузить статистику из Google Analytics – уже недостаточно. Нужно планировать пути пользователя, подробно размечать действия, стоять связи между каналами, искать закономерности и отклонения».¹⁹³ Следовательно, специалисты по рекламе должны обладать уровнем знаний и навыков, соответствующих статусу ученого по большим данным, поскольку полученные сведения становятся все более ценным, необходимым инструментом и орудием на пути к абсолютному знанию рынка и аудитории.

Итак, условия динамичного развития современного сетевого общества и цифровых технологий стимулируют рынок рекламы к трансформациям, освоению новых методов, форм и средств взаимодействия с аудиторией. От специалистов требуется все больший объем уникальных компетенций, которые связаны с технологическими знаниями, ранее не существовавшими требованиями виртуальной среды и разнообразными навыками, позволяющими адаптироваться к постоянным изменениям, предпочтений аудитории и доступных возможностей для выстраивания эффективного диалога с потребителем. Рассмотренные тенденции и тренды, отражающие развитие современного рынка Интернет-рекламы, позволяют говорить о широком диапазоне инструментов, доступных для специалистов и компаний на сегодняшний день.

Однако все представленные направления развития рекламных коммуникаций в виртуальном пространстве объединены одним общим стремлением. Стратегии продвижения, основанные на использовании алгоритмов БД, мобильной (в том числе и нативной) рекламы, обращении внимания на возможности онлайн-видеотрансляторов и «мессендж-приложений» как эффективных каналов коммуникации с потребителем, максимальное упрощение и визуализация транслируемых сообщений – каждое из представленных направлений и инструментов движется к максимальной персонализации как глобальному тренду в области сетевой рекламной коммуникации. Многие специалисты в области Интернет-продвижения обращают внимание на все меньшую актуальность стратегий, использующих методы количественного превосходства в вопросах трансляции рекламного контента в сетевом пространстве. Сегодня интересы и потребности аудитории стимулируют к изменению правил и тактики виртуальной игры: количество уступает место качеству, которое становится невозможным без открытого диалога с потребителем, а также без максимально «человечного» и

¹⁹³ И. Петров, директор по стратегическому планированию, Proximity Russia (<http://www.sostav.ru/publication/glavnye-trendy-v-digital-v-rossii-20488.html>)

персонализированного подхода к созданию рекламных сообщений и процессу виртуальной рекламной коммуникации в целом.

Поскольку для представителя современного общества сетевые, мобильные и цифровые технологии являют собой неотъемлемую часть их образа жизни, качество виртуальных продуктов, потребляемых ежесекундно, становится ключевым требованием, определяющим вектор дальнейшего развития не только технологий, сетевого пространства и мобильных устройств, но и рекламы как «материальной и духовной культуры общества, несущей аромат самой эпохи».¹⁹⁴ И в данном контексте актуальным становится рассмотрение студентов - цифровых номадов - социальной группы с уникальными чертами, характеристиками, ценностями и желаниями - как потребителей, принимающих активное участие в современных потоках рекламных коммуникаций.

¹⁹⁴ Бодрийяр Ж. Система вещей / Ж.Бодрийяр; пер. с франц. С.Зенкина. - М.: Наука, 1995.

3.2. «Портрет» томского студента – цифрового кочевника как основание для выстраивания соответствующей рекламной коммуникации

Томские студенты как ключевая социальная группа города-университета привлекали внимание всех структур, институтов, коммуникационных течений с начала становления городского пространства как центра сибирской науки. Их интересы, потребности, образ жизни становились векторами, определяющими направления для развития социального пространства и городской инфраструктуры, образования и науки, экономики и рынка. Являя собой столь важную, влияющую на происходящие процессы и принимаемые решения часть городского социума, студенты не могли не стать одной из наиболее привлекательных целевых групп и аудиторий общественности и для рекламных коммуникаций.

Представляя собой одну из наиболее активных групп потребителей, томские студенты определяли судьбу организаций и компаний, производящих товары и предоставляющих услуги в пространствах городской среды. И именно реклама стала проводником между томским студенчеством и объектами их потребительского интереса. Однако сегодня, в результате перехода общества к новой – сетевой и информационно-коммуникативной – модели, сопровождающегося процессами глобализации, технологизации и цифровизации, происходят многочисленные изменения, зарождаются и развиваются многообразные социальные явления, что не могло не отразиться и на томском студенчестве как одной из наиболее мобильных, адаптивных и восприимчивых к изменениям социальных групп.

Так, многие представители студенческой общности все больше приближаются к образам цифровых кочевников как представителей глобального явления цифрового кочевничества. Образ жизни, ценности, потребности значительной части томских студентов на сегодняшний день позволяют определять их как молодых городских цифровых кочевников, отличающихся высокой степенью мобильности, постоянной потребностью в сетевом подключении и воплощением «кочевых» практик в городском пространстве Томска и его «третьих местах» как «оазисах» для осуществления основных жизненных функций. Следовательно, ключевым требованием времени и вызовом для всех структур, систем и видов деятельности (в том числе и в первую очередь – для рекламы) становится изучение томских студентов – цифровых кочевников как отдельной социальной группы, отличающейся уникальными характеристиками, чертами, потребностями и, следовательно, объектами и предметами, средствами и методами их удовлетворения.

«Портрет» томского студента – цифрового кочевника (см. §2.3) позволяет определять его как члена сообщества, обладающего комплексом уникальных и отличающих черт, качеств, потребностей, оказывающих влияние на его мировосприятие, предпочтения, образ жизни в целом и выделяющих его как объект внимания для рекламных коммуникаций. Сущностную

природу данной социальной группы отражают следующие коды: цифровые технологии и подключенность к Сети; мобильность и свобода; информация; «здесь-и-сейчас» бытие; скорость и время; глобальность; общие интересы, взгляды и ценности; знания и достижения.

При этом каждый из перечисленных кодов есть не только комплекс смыслов, определяющих представителей данной социальной группы, но и отражение трансформаций и адаптаций, требующихся и ожидаемых от рекламы как деятельности и института, основой для которого всегда являлись и должны оставаться социальные потребности, настроения, желания, предпочтения потребителя и их удовлетворение. Итак, основанием для выстраивания эффективной рекламной коммуникации с томскими студентами – цифровыми номадами как представителями уникальной социальной группы и активными потребителями должна стать интерпретация смыслов, заложенных в ключевых кодах, определяющих их социально-психологическую и культурно-антропологическую сущность.

Цифровые технологии и подключенность к Сети. Все дальше удаляясь от традиционных средств и каналов рекламной коммуникации, томские студенты-номады утрачивают связь с информацией, ранее получаемой в результате взаимодействия с телевизионной, наружной, печатной и иными видами рекламы. Их время и внимание сосредоточенно в виртуальных пространствах в результате ежесекундного взаимодействия с техническими устройствами и сетевыми технологиями. Однако, теряя одну связь, они обретают другую: современный студент – цифровой кочевник, пребывающий в состоянии перманентного подключения к Интернету, становится привлекательным объектом для виртуальных рекламных коммуникаций. Поскольку большинство его жизненных процессов и потребностей связаны с информационными и коммуникационными потоками в Сети, он наиболее восприимчив к данной среде и готов к потреблению рекламных сообщений в любое время, в любом месте и ситуации. Основным средством, обеспечивающим комфорт, чувство стабильности и защищенности и сопровождающим его в каждый момент времени, является смартфон, а следовательно, наиболее эффективной, значимой формой взаимодействия со студентом-номадом и воздействия на его желания, потребности и стремления становится мобильная реклама.

Самыми популярными мобильными средствами, сервисами и ресурсами у студентов-кочевников являются социальные сети (Вконтакте), новостные ресурсы, приложения для чтения электронных книг и просмотра видео-контента (Smart TV), а также фотохостинги (Instagram) и «мессендж-приложения» (WhatsApp, Viber). Именно в пределах данных мобильных пространств проводят значительную часть личного времени томские студенты-номады, что, во-первых, препятствует их контакту с внешней окружающей средой и восприятию большего количества рекламных сообщений (наружной рекламы, рекламы в

транспорте и др.), а во-вторых, должно стать вектором развития мобильных рекламных коммуникаций, направленных на данную социальную группу.

Важно, что сетевые ресурсы – пространства, в рамках которых студенты-номады реализуют потребности в общении, развлечениях и информации. Подобные стимулы становятся отражением главного требования к рекламному сообщению и коммуникации, осуществляемой в пределах данных мобильных площадок: транслируемый контент должен содержать информацию, способную заинтересовать данную аудиторию, удовлетворить потребности в знаниях, развлечении или интеллектуальном развитии как доминирующие и наиболее значимые для студентов-кочевников.

Не менее важным для томского студента – цифровогономады являются многофункциональные технические устройства – компьютеры, ноутбуки и другие, поскольку они обеспечивают эффективное выполнение важных рабочих и учебных задач и сопровождают значимые для них жизненные процессы. Обращаясь к подобным устройствам, студенты-кочевники также активно используют возможности Интернет-подключения, однако в данном случае деятельность в виртуальном пространстве связана с более серьезными процессами, целями и результатами и, следовательно, сопровождается минимальным объемом ресурсов, информации развлекательного характера и нежеланием восприятия подобного контента.

Для специалистов по Интернет-рекламе, компаний и организаций, стремящихся к привлечению внимания данной аудитории, это означает в первую очередь, что не только мобильные, но и виртуальные рекламные коммуникации в целом являются эффективным и наиболее приемлемым средством взаимодействия с томскими студентами – цифровыми кочевниками. Однако кроме этого следует обратить внимание на качественную разницу между мобильным и веб-контентом, способным оказать благоприятное воздействие на аудиторию.

Поскольку студенты-номады используют стационарные технические устройства для работы и важных личных дел и не готовы совмещать подобную деятельность с развлечениями, рекламную коммуникацию следует выстраивать как можно менее агрессивно. Сообщения должны содержать образовательный потенциал и, в отличие от мобильной рекламы, не развлекать, а увлекать представителей аудитории, предоставляя им возможности личного роста, развития, получения новых знаний и ценной для них информации.

Томские студенты-кочевники используют все личные технические устройства, представленные многообразными формами и служащие для различных целей, а значит, рекламные коммуникации в данном контексте также должны стать комплексными и стремиться к достижению максимальной эффективности путем применения всех доступных инструментов и средств. Так, эффективная стратегия взаимодействия со студентами-номадами в рекламных целях может включать в себя как развлекательный контент, транслируемый в социальных

сетях, видеохостингах, используя возможности «мессендж-приложений», так и образовательные, развивающие материалы в пространствах глобальной виртуальной среды, новостных и информационных ресурсов, наиболее популярных среди студентов-кочевников. Таким образом возможно полноценное удовлетворение информационных потребностей, максимально эффективное донесение рекламного сообщения до данной группы потребителей, достижение лояльности аудитории к компании, стимулирование потребительского интереса у томских студентов-кочевников.

Технические устройства в контексте рекламной коммуникации с томскими студентами – номадами могут быть рассмотрены не только как их перманентные проводники в виртуальную зону комфорта и информационно-коммуникативное Интернет-пространство. Они также представляют собой образы, содержащие потенциал привлечения внимания представителей данной социальной группы, стимулирования их интереса и наибольшего расположения. Так, для студентов-номадов их личные технические устройства становятся объектом, определяющим модели использования множества ресурсов, предметов, товаров и услуг, а также все чаще являются признаком статусности, заменяя ранее выступающие в подобной роли автомобили, предметы одежды, недвижимое имущество. Подобный смысловой потенциал, заложенный в образах техники в сознании томских студентов – кочевников, может стать полезным инструментом в руках рекламодателя или рекламопроизводителя, стремящихся к достижению успеха в процессе выстраивания рекламной коммуникации с данной аудиторией.

Подключенность к Сети как постоянное состояние студента-номада также содержит в себе дополнительные возможности и скрытый потенциал для субъекта рекламной деятельности. Поскольку Интернет становится зоной комфорта и доверия студента-кочевника, в которой он пребывает постоянно, перемещаясь в пространствах разнообразных ресурсов, сервисов и приложений и оставляя следы, он превращается во все более привлекательную цель для алгоритмов больших данных. Используя подобные методы анализа и широкий диапазон личной информации, предоставляемой цифровыми номадами в руки специалистов по БД, возможно составление подробного «портрета» каждого потребителя – представителя социальной группы томских студентов – цифровых кочевников, а следовательно, достижение максимальной степени персонализации рекламных коммуникаций как гарантии успеха.

Мобильность и свобода. Студент - цифровой кочевник - мобилен. И мобильность проявляется не только в виртуальных, но и в реальных – городских – пространствах, где он свободно перемещается, останавливаясь в «оазисах» и «третьих местах». Подобные ограниченные пространства становятся для него источниками «подзарядки», организации рабочих и учебных процессов и коммуникационными платформами. Именно здесь студент-

номад не только виртуально, но и действительно доступен для воздействия и взаимодействия в рамках рекламно-коммуникативных процессов.

Траектории движения городских кочевников хаотичны, спонтанны, однако тесно связаны с «кочевой» инфраструктурой Томска. Их маршруты часто повторяются, а предпочитаемые «оазисы» остаются местами остановки. Так, большинство томских студентов – цифровых номадов предпочитают библиотеки и кафе в роли «третьих мест», где определяющим является гарантированное присутствие возможности подключения к Сети.

В подобных пространствах представители данной социальной группы расположены к общению и готовы воспринимать информацию в визуальной, звуковой, текстовой или устной формах, что способствует достижению успеха в выстраивании рекламных коммуникаций. Однако стоит обратить внимание на то, что студенты-номады негативно относятся к присутствию внешнего шума (например, громкой музыки), большому количеству людей и информации в пределах «третьих мест», поскольку главной целью для них является успешное выполнение поставленных задач. Процесс передачи рекламного сообщения в данном случае должен быть организован с учетом предпочтений студентов – цифровых кочевников и вниманием к деталям.

«Третьи места» могут исполнять роль не только удобных коммуникационных пространств, но и являться объектом потребительского интереса для студентов – цифровых кочевников. В данном образе пространства должны обладать ключевыми ресурсами и характеристиками: доступным Wi-Fi-соединением, удобством расположения технических устройств, приемлемой стоимостью услуг, возможностью принятия пищи, а также низким уровнем внешнего шума и небольшим числом мест для посетителей. Обозначенные критерии являются определяющими в процессе выбора «третьих мест» для работы и учебы томскими студентами-кочевниками. Следовательно, для привлечения представителей данной аудитории в такие пространства необходимо использовать в рекламных сообщениях преимущества, привлекающие и интересующие их в первую очередь.

Пространственная мобильность томских студентов-номадов находит воплощения и в их социокультурной активности. Одной из наиболее предпочтительных форм проведения досуга для них является посещение культурных мероприятий (концертов, спектаклей и др.), где удовлетворяются их потребности в развлечении, общении, отдыхе, которые, безусловно, сопровождаются использованием технических устройств в качестве средств, позволяющих сохранить полученные впечатления в виде фотографий, видеозаписей и поделиться ими с друзьями и знакомыми в виртуальном пространстве.

Мероприятия, соответствующие интересам и способные удовлетворить многообразные потребности томских студентов – цифровых кочевников, могут стать эффективным методом

рекламно-коммуникативного взаимодействия с данной аудиторией, привлечения внимания ее представителей и даже включения их в разнообразные процессы с использованием рекламируемых продуктов – товаров и услуг. Кроме того, удачным в данном случае является совмещение оффлайн- и онлайн-коммуникации с потребителем-номадом, для которого важно быть неограниченным пространственно-временными пределами и иметь возможность доступа к Сети как зоне комфорта и доверия.

Наибольшим смысловым потенциалом в данном контексте для студентов – цифровых номадов обладают следующие образы и коды: свобода, мобильность, путешествия, сетевое подключение. Их использование в рекламных сообщениях способно привлечь и удержать внимание представителей данной аудитории, расположив их к коммуникативному взаимодействию и позволив информации достичь своей цели – формирования потребительского интереса у томских студентов – кочевников.

Обращение к территориальной, национальной, этнической и иным формам идентичности в процессе выстраивания рекламных коммуникаций со студентами-номадами не является эффективным средством достижения цели. Для томского студента – цифрового кочевника исторические и культурные связи, социальные институты, пространственные и личностные границы больше не имеют смысла и, следовательно, останутся без внимания в случае их использования в рекламных сообщениях, стратегиях, коммуникационных процессах. Единственным источником идентичности, вызывающим чувства привязанности, расположения, принадлежности и потребность в трансляции подобных эмоций и ощущений для современного студента-номада является Университет как фактор, ограничивающий практики глобального «кочевания», и источник высшего образования – главной цели и вектора их движения на данном жизненном этапе.

Следовательно, именно образ Университета способен объединить «кочевое» студенческое сообщество в единую социальную группу и стать привлекательным для них в процессе восприятия рекламного сообщения и коммуникации. Его использование в комплексе с ключевыми кодами, определяющими ценностные ориентации, потребности, мировоззрение и образ жизни студентов-кочевников, может быть определено как наиболее приемлемая и действенная стратегия для рекламно-информационных отделов томских высших учебных заведений – субъекта, наиболее заинтересованного в выстраивании эффективной рекламной коммуникации с данной аудиторией.

Примером оффлайн-мероприятия, удачно сочетающего удовлетворение всех потребностей и интересов томских студентов – цифровых кочевников и использование образа Университета, способного объединить их в единую социальную общность, является летняя интерактивная площадка «Я в ТГУ», организуемая Томским государственным университетом в

течение нескольких последних лет. Для участников доступно множество возможностей: разнообразные лекции, мастер-классы, музыкальные концерты, выступления танцевальных и юмористических коллективов. При этом они могут свободно перемещаться в различные зоны одновременного наблюдения за интересующими их процессами. Для желающих также доступно большое количество оригинальных игровых пространств и технологических устройств: баскетбольные площадки, дартс, сигвеи, фотобудки и, безусловно, главный и необходимый ресурс – Wi-Fi.

Следовательно, подобный формат максимально соответствует интересам, потребностям и желаниям студентов-кочевников, которые в пространстве абсолютной свободы и отсутствия ограничений получают доступ к знаниям, информации, новому опыту и социальному взаимодействию, а также подключению к Сети как фактору, определяющему их движение. Кроме того, хэштег «#ЯвТГУ», введенный организаторами, отражает оффлайн-мероприятие и в виртуальной среде – зоне максимального комфорта студентов-номадов.¹⁹⁵ В результате они могут совмещать реальные и виртуальные практики «кочевания», делиться впечатлениями и следить за происходящим в пределах привычных платформ, площадок и мобильных приложений. Таким образом, интерактивная площадка «Я в ТГУ» иллюстрирует эффективную модель оффлайн-взаимодействия с томскими студентами – цифровыми номадами, способную удовлетворить их интересы, потребности, соответствовать их образу жизни, привлечь внимание и объединить их в «кочевое» сообщество на определенный период времени.

Информация. Одним из ведущих объектов внимания, наибольшей ценностью и одной из наиболее актуальных потребностей для томских студентов – цифровых номадов является информация. Стремление постоянного включения в информационные потоки, потребления больших объемов актуальной информации в максимально короткие сроки сопровождает представителей данной социальной группы ежедневно. Во время подобных процессов студенты-кочевники стремятся удовлетворить свои потребности в знаниях, развитии и часто заняты поиском интересующих их материалов, способных расширить их кругозор и способствовать приобретению новых навыков и компетенций.

В таких условиях одним из наиболее эффективных средств коммуникационного взаимодействия с томскими студентами-номадами становится нативная реклама как метод трансляции информации о продукте путем ее интеграции с полезными для потребителя материалами, представляющими для него ценность независимо от рекламируемого объекта. Контент, представленный в подобной форме, способен привлечь внимание студента-номада в

¹⁹⁵ 23 июля в Университетской роще стартует интерактивная площадка «Я в ТГУ» [Электронный ресурс]/ Официальный сайт ТГУ.. Новости. 2016. URL: http://www.tsu.ru/news/samaya_zharkaya_nedelya_iyulya_v_tgu/?sphrase_id=23491 (Дата обращения: 23.05.16)

случае попадания его содержания в область его интересов. Следовательно, студент-кочевник во многом соответствует образу глобального пользователя виртуального пространства, поскольку наиболее приемлемыми методами и средствами рекламно-коммуникативного взаимодействия с ним выступают трендовые инструменты современного рынка Интернет-рекламы.

Данный факт находит подтверждение и в ярко выраженном негативном отношении томского студента – цифрового кочевника к большим объемам текста, которые он воспринимает как препятствия на пути к продуктивному и плодотворному информационному потреблению. Для студента-кочевника, как и для большинства представителей глобального виртуального сообщества, наиболее значимыми характеристиками качественного контента выступают лаконичность, минималистичность, совмещаемые с максимальной информативностью и смысловой ценностью. Отсюда, длиннострочные материалы (например, лонгриды) не являются приемлемым средством и инструментом для взаимодействия с томским студентом-номадом, который предпочтет им небольшие, но емкие и содержательные посты в социальных медиа.

В то время как предпочтения одной из главных групп активных пользователей виртуального пространства и потребителей сетевой информации – студентов-номадов – все больше отдаляются от объемных текстовых форм, томские виртуальные медийные платформы только начинают испытывать и оценивать преимущества и недостатки подобных форматов контента. Так, в январе 2015 года на информационном портале «Томский обзор» был опубликован первый лонгрид «Томск. Оттепель», представляющий собой объемный проект, совмещающий фотоиллюстрации и информационно-текстовое сопровождение.¹⁹⁶ Безусловно, статья, содержащая воспоминания томского студента 1960-х годов, могла стать объектом внимания и интереса для современных студентов – цифровых номадов. Однако формат, выбранный редакторами информационного портала, практически исключил представителей данной социальной группы из числа его виртуальных потребителей.

«Здесь-и-сейчас» бытие. Томский студент – цифровой кочевник живет сегодняшним днем, не планируя будущее и не задумываясь о личных перспективах. Принцип «единомоментности» распространяется и на его предпочтения в процессе виртуального взаимодействия и потребления контента: значимой для него является только актуальная и максимально «свежая» информация, которая в пространстве ускоряющихся потоков быстро устаревает. В контексте рекламных коммуникаций это означает, что любое сообщение, информация, визуальные образы будут восприняты и актуальны только в течение нескольких

¹⁹⁶ На "Томском Обзоре" опубликован первый лонгрид : [Электронный ресурс]/ Томский обзор. Мобильная версия. 2015. URL :<https://obzor.westsib.ru/news/436117> (Дата обращения: 16.05.16)

часов/дней, после чего станут для студента-кочевника «информационным мусором», не заслуживающим внимания и траты драгоценного времени.

Следовательно, одними из основных черт рекламной стратегии, направленной на коммуникативное взаимодействие с представителями данной социальной группы, должны стать краткосрочность и одномоментность, а перспективы удержания внимания и формирования долгосрочных отношений с потребителем-номадом необходимо признать недостижимыми. Подобная ситуация может быть отражена в формуле «Одно сообщение – один результат» - цикле, возвращающемся в начало в момент каждого следующего взаимодействия с томским студентом-номадом, для которого особую ценность представляют актуальность, новизна, а также скорость обновления информационных потоков.

Скорость и время. Необходимыми для студента-кочевника как в виртуальном, так и в реальном пространствах являются скорость коммуникационных и информационных потоков, которая должна быть максимальной для того, чтобы обеспечить ему достаточный уровень комфорта, и время – ресурс, обретающий все большую ценность в процессе ускорения. Студент-номад стремится к наиболее эффективному и результативному применению имеющихся в его распоряжении временных ресурсов и не желает расходовать их на неактуальную и «вчерашнюю» информацию, обращая внимание на объем потребляемого контента.

Отсюда у рекламного сообщения есть лишь несколько «наносекунд» для того, чтобы привлечь его внимание и немногим больше – пара десятков секунд – для донесения необходимой информации до потребителя-номада. Поэтому еще одним важным требованием к рекламному сообщению, получателем которого должен стать томский студент-кочевник, является способность привлечь внимание и произвести необходимое впечатление за максимально короткий промежуток времени. А значит, ранее представленная формула «одно сообщение – один результат» может быть дополнена следующим образом: «одно сообщение – одно впечатление = результат». И от того, насколько удачным будет эффект от взаимодействия студента-кочевника с рекламой, будет зависеть и итог данного процесса.

Время и скорость также обладают смысловым потенциалом, способным привлечь внимание и произвести необходимое впечатление на студента-номада, который всегда заинтересован в ускорении потоков и жизненных процессов и экономии времени как одного из наиболее ценных ресурсов в сетевом информационно-коммуникативном обществе. Использование данных кодов в процессе выстраивания рекламной коммуникации с томским студентом – цифровым кочевником может стать эффективным способом формирования интереса у представителя рассматриваемой группы, выступающего в роли потребителя рекламного продукта.

Глобальность. Томские студенты – цифровые номады стремятся максимально «глобализовать» свой локальный мир, расширяя сеть межкультурных связей и тем самым формируя коммуникационную сеть как структуру, не ограниченную пространственными, социальными, культурными пределами. Место своего пребывания они воспринимают не как «точку опоры» и источник идентичностей, но скорее как временный «оазис» для достижения личных целей, за которым последует смена траекторий движения, территорий и временных связей.

Для студентов-кочевников все меньшее значение имеют локальные культурные и социальные нормы, ценности, традиции, которые заменяются восприятием мира и социума как глобальной сетевой структуры, включающей множество узлов, потоков и открывающих бесконечный диапазон возможностей. Приближение восприятия общества и современного мира в целом к образу Универсума у студентов-кочевников воплощается и в их стремлении быть частью глобального независимо от пространственно-временных, социальных и иных границ. В контексте выстраивания рекламной коммуникации с данной социальной группой перечисленные черты и характеристики студента-кочевника как объекта внимания могут быть полезны и использованы в нескольких направлениях.

Во-первых, возможно утверждать, что использование кодов, смыслов и знаков, опирающихся на локальную культуру, уникальные черты местного социума и иные подобные базовые смысловые единицы в процессе коммуникативного взаимодействия со студентами-номадами является неактуальной и нерезультативной стратегией. Подобные источники идентичности, единения, обращения к общему локальному контексту не привлекают, не интересуют томских студентов-кочевников и не влияют на их отношение, мнение, эмоции, проявляемые в результате взаимодействия с сообщениями подобного содержания.

Во-вторых, универсальность как характеристика социальной среды и пространства их пребывания, а также включенность в глобальную информационно-коммуникационную, интернациональную и мультикультурную сеть есть объекты их желания, привлекающие внимание, вызывающие расположение и способные оставить след в их сознании. Отсюда, использование кодов глобальности, универсализации, интернационализации в рекламной коммуникации с томскими студентами-номадами является эффективным решением для достижения положительного результата в данном процессе.

Слоганы Томского государственного университета и Томского политехнического университета удачно воплощают в себе образы глобальности, интернациональности и универсальности как ценности современных студентов – цифровых номадов. Так, слоган «ТГУ – это целый мир» позволяет студентам почувствовать себя частью глобального коммуникационного и научно-образовательного пространства, открывающего перед ними

многообразие возможностей и включающего их в сеть, состоящую из многочисленных узлов, потоков и траекторий движения. Смысловой диапазон, заключенный в слогане «ТПУ открывает границы», еще более обширен и содержит потенциал расширения пространственных, научно-образовательных и коммуникационных горизонтов за пределы любых территориальных и иных ограничений. Таким образом студенты-кочевники получают необходимые для них ощущения свободы, себя как части глобальной сети, что способствует удовлетворению их потребностей, соответствует интересам и ценностным ориентациям.

Общие интересы, взгляды и ценности. Родственные связи, обязательства и иные ранее значимые источники социальных коммуникаций и межличностных отношений для студентов-кочевников уступают место общности взглядов, интересов и ценностей. Именно данный критерий играет решающую роль в их выборе личного социального окружения – людей, с которыми они активно взаимодействуют (причем онлайн-коммуникация преобладает над живым общением), к чьему мнению прислушиваются и доверяют. Общности, сформированные по принципу «такие же, как я», становятся источниками информации, знаний, опыта, определяя жизненные стратегии томских студентов-номадов, их мнение, цели и направления развития.

Лица, не входящие в пространство данных социальных групп, не важны для студента-кочевника. Их мнение не значительно и не может повлиять на решения, поскольку главным их недостатком и источником недоверия выступает отсутствие единства образа жизни, мировоззрения, потребностей, интересов и ценностных ориентаций. Подобный факт означает, что и в рекламной коммуникации с данной социальной группой прошло время значимости профессиональных компетенций, социального статуса и популярности как источников доверия для потребителя-номада. Студенты-кочевники не станут прислушиваться к мнению политиков, врачей, звезд шоу-бизнеса, чьи образы часто используются в рекламе с расчетом на «эффект ореола» как проецирование мнения потребителя о герое на транслируемое информационное сообщение и рекламируемый продукт.

Куда более значимыми и привлекающими внимание томского студента-номада становятся лица, герои и образы, потенциально похожие на них, обладающие сходными чертами, характеристиками и транслирующие сообщения «мы такие же, как вы», «для нас интересно и важно то же, что и для вас». Только путем образного и смыслового единства с потребителями-номадами возможно достижение их доверия, внимания, расположения и положительного отношения к содержанию сообщения, транслируемого в процессе рекламной коммуникации.

Тот факт, что наиболее предпочтительным социальным окружением для студента-кочевника становятся люди, разделяющие его образ жизни и ценностные ориентации, также подтверждает, что наиболее эффективным пространством для рекламной коммуникации с

данной группой являются социальные медиа и иные виртуальные площадки, где студент-номад взаимодействует с пользователями по принципу личной тождественности. Платформы, созданные и используемые представителями социальных общностей томских студентов – цифровых кочевников являются наиболее комфортными зонами для взаимодействия с ними, поскольку в данных виртуальных измерениях они воспринимают членов сообществ как близких к собственному личностному образу, обладающих схожими предпочтениями и потребностями.

Кроме того, в виртуальных пространствах возможно создание собственных площадок (групп, сообществ и др.), куда в случае соответствия транслируемого контента их интересам и ценностям соберутся многие представители томского студенческого «кочевого» сообщества и образуют группу, основанную на объединяющих принципах в пространственных пределах, созданных и функционирующих в интересах рекламодателя. Примерами подобных виртуальных пространств могут быть группы и паблики в социальных сетях, организация которых основана не на принципах презентации продуктов, компании или организации, но на стремлении к максимальному удовлетворению коммуникационных и информационных потребностей потребителей (в том числе – томских студентов – цифровых номадов).

Одной из таких виртуальных площадок является публичная страница томского SMM-агентства «Put In» в социальной сети Вконтакте.¹⁹⁷ Основным принципом ее создателей выступает формирование сообщества пользователей, основанного на общности интересов и ценностей, что отражается на транслируемом контенте. Информационные сообщения в данном виртуальном пространстве не только содержат материалы об услугах, продуктах и результатах коммерческой деятельности его основателей, но и привлекают пользователей к активному взаимодействию, обсуждению актуальных вопросов, целей и средств их достижения. Кроме того, создатели сообщества стремятся к стимулированию интереса к наиболее важным и интересующим их вопросам, максимальной персонализации взаимодействия с пользователями-подписчиками (число которых превышает 6 тысяч человек) и созданию ощущения единства среди активных пользователей данной виртуальной платформы.

Знания и достижения. Фундаментом, обеспечивающим уверенность и чувство защищенности в пространстве скоростей, потоков, мгновенных и ежесекундных перемен, трансформаций и нестабильности, для томских студентов – цифровых номадов являются собственные успехи, достижения, знания, умения и навыки. При этом для комфортного существования и активной деятельности в пространствах сетевого общества студенту-кочевнику необходимо подтверждение его значимости, правильности принимаемых решений, эффективности действий и компетентности в исполнении широкого диапазона социальных ролей. Он ждет и стремится к получению подобных сообщений от личного социального

¹⁹⁷ «SMM-агентство Put In».: 2015 [Электронный ресурс] URL http://vk.com/putin_smm (Дата обращения: 12.06.16)

окружения, а также из внешней среды в целом, что может стать направлением в процессе выстраивания рекламной коммуникации с представителями данной социальной группы.

Наиболее результативной формой организации взаимодействия с цифровыми номадами – представителями студенческого сообщества Томска в данном контексте являются конкурсы, мероприятия, организованные с использованием сетевых и цифровых технологий и виртуальных каналов коммуникации, позволяющие студенту-кочевнику заявить о себе, продемонстрировать свои знания, навыки и способности и получить подтверждение личной значимости и состоятельности в среде, наполненной пользователями, соответствующими образам «таких же, как он». Становясь победителем рекламных конкурсных программ, студент-номад получает личное удовлетворение, укрепляет необходимую ему уверенность в собственных силах, что, безусловно, способствует формированию его позитивного отношения к субъекту и продукту рекламной коммуникации.

Получив порцию нужных и значимых эмоций, томский студент-номад вероятнее всего станет постоянным участником подобных программ и виртуальных мероприятий, стремясь повторить личный успех, улучшить собственные результаты и вновь подтверждать свои способности, знания и компетенции. Важно заметить, что речь в данном случае не идет о популярном формате виртуальных розыгрышей, где основной задачей пользователя становится распространение информации о рекламируемом продукте и ожидание результатов, которые будут получены с помощью методов случайной выборки. Для студентов-кочевников важны не удача и везение, но возможность демонстрации собственных способностей и получение морального удовлетворения от признания собственной компетентности.

Примером взаимодействия со студентом-кочевником как потребителем и представителем глобального социального явления, обладающим уникальными чертами, характеристиками, ценностями и образом жизни, может являться квест¹⁹⁸, организуемый сетью томских ресторанов «Панда». Его идея содержит потенциал одновременного удовлетворения нескольких потребностей томского студента-номада, а также стимулирования его «кочевых» практик в пределах городского пространства. Так, участники квеста получают задание, публикуемое организаторами на площадках в социальной сети Вконтакте и фотохостинге Instagram, где содержится информация об одном из мест Томска (сведения из истории города, различные факты и др.) и его фотография со стикером-логотипом сети ресторанов. Активные пользователи должны узнать, о каком месте идет речь, найти его и выслать организаторам личную фотографию с размещенным стикером-логотипом. Первый участник, выполнивший

¹⁹⁸ Квест (англ. «quest» - поиск) – разновидность игр, в которых герой проходит по запланированному пути в соответствии с подготовленным сюжетом, стремясь выполнить какое-либо поручение. Для достижения главной цели ему необходимо выполнить несколько второстепенных заданий. (Что такое квест :[Электронный ресурс] URL <http://help.ordenmira.ru/quests/about.htm> (Дата обращения: 19.06.16))

задание, получает заслуженный приз, а его фото публикуется на виртуальных площадках сети ресторанов в Instagram и Вконтакте.

Таким образом организаторы смогли, во-первых, удовлетворить потребность томских студентов-номадов в знаниях и информации, поскольку из заданий они могут получить ранее неизвестные им сведения об истории Томска, во-вторых, подтвердить компетенции студента-кочевника как жителя города, знакомого с его историей, мобильного и готового к пространственным перемещениям в любой момент. В-третьих, совместить оффлайн- и онлайн-форматы коммуникации с томскими студентами-кочевниками, что также важно в процессе выстраивания эффективных рекламных коммуникаций с данной аудиторией. Кроме того, студент-кочевник получает возможность использовать подключение к Сети как средство для достижения личных целей: победы в данном конкурсе, борьбы с достойными соперниками – такими же мобильными и активными пользователями сети Интернет, а также достижения результата в рекордно короткие сроки. Следовательно, организаторам квеста удалось одновременно учесть большинство интересов, ценностей, потребностей и желаний томских студентов-кочевников и создать модель максимально эффективного взаимодействия с потребителем – городским цифровым номадом (см. Приложение 6).

Итак, в результате приближения представителей Томского студенческого сообщества к образам цифровых кочевников происходит трансформация их ценностей, взглядов, восприятия, потребностей, что позволяет рассматривать их как уникальную целевую аудиторию в контексте рекламных коммуникаций.

Социально-психологический и культурно-антропологический «портрет» томского студента-номада позволил выделить ключевые коды, отражающие не только сущностную природу представителей новой социальной группы и целевой аудитории, но и направления трансформации и адаптации, необходимых для рекламы в данном контексте.

В частности, было определено, что:

- комплексное использование возможностей мобильной и виртуальной рекламной коммуникации в целом является эффективным и наиболее приемлемым методом взаимодействия с томскими студентами – цифровыми кочевниками;
- значимыми характеристиками рекламного виртуального контента в контексте рекламных коммуникаций с томскими студентами-номадами становятся минималистичность, информативность и смысловая ценность;
- рекламное сообщение, получателями которого являются студенты-кочевники, должно вызывать интерес, удовлетворять потребности в знаниях, развлечениях и интеллектуальном развитии, а также привлекать внимание за максимально короткий промежуток времени;

- также эффективными методами рекламно-коммуникативного взаимодействия с томскими студентами – номадами являются: а) мероприятия, способные удовлетворить потребности и соответствующие интересам представителей данной целевой аудитории; б) конкурсы, организованные с использованием сетевых и цифровых технологий и обеспечивающие томским студентам-кочевникам возможность получения подтверждения личной значимости, состоятельности и компетентности;

- привлекающим внимание и обладающим потенциалом объединения томского «кочевого» сообщества в единую социальную группу является образ Университета.

Каждый из рассмотренных кодов также содержит потенциал привлечения внимания томских студентов-номадов, стимулирования их интереса и наибольшего расположения к рекламируемому продукту, а также субъекту рекламной коммуникации.

Таким образом, для выстраивания эффективной рекламной коммуникации с томскими студентами – цифровыми кочевниками необходимым становится не только правильный выбор канала передачи сообщения, но и соответствие его содержания уникальным потребностям, интересам и ценностным ориентациям представителей данной целевой аудитории, отраженным в «портрете» студента-кочевника и рассмотренных ключевых кодах.

Выводы к Главе 3:

1. Будущее рекламных коммуникаций в цифровую эпоху связано с ее виртуальными и сетевыми воплощениями в глобальном пространстве Интернет.

2. Законы функционирования и развития сети Интернет зависят от пользователей, что влияет и на digital-рекламу: на каждом этапе происходящих изменений существуют тренды, отражающие потребности и предпочтения общественности как основного регулятора виртуальных процессов.

3. Наиболее актуальными трендами и тенденциям в области рекламных коммуникаций в виртуальном сетевом пространстве на сегодняшний день являются: мобильная реклама, использование возможностей социальных медиа и «мессендж»-приложений и алгоритмов больших данных.

4. В соответствии с социально-психологическим и культурно-антропологическим «портретом» томского студента – цифрового кочевника, сущностную природу томских студентов – номадов как особой социальной группы и целевой аудитории в контексте рекламных коммуникаций отражают следующие ключевые коды: цифровые технологии и подключенность к Сети; мобильность и свобода; информация; «здесь-и-сейчас» бытие; скорость и время; глобальность; общие интересы, взгляды и ценности; знания и достижения.

5. Каждый из рассмотренных кодов отражает трансформации и адаптации, требующиеся и ожидаемые от рекламных коммуникаций, где объектом является томский студент – цифровой номад.

6. Для выстраивания эффективной рекламной коммуникации с томскими студентами – цифровыми кочевниками необходимы правильный выбор канала передачи сообщения и соответствие его содержания уникальным потребностям, интересам и ценностным ориентациям представителей данной целевой аудитории, отраженным в «портрете» студента-кочевника и рассмотренных ключевых кодах.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Цифровой кочевник как метафорический образ, популярный и широко используемый в академическом дискурсе начиная с 60-х гг. XX в., находит своё реальное воплощение в сетевом информационно-коммуникативном обществе. Сегодня цифровой номад уже не просто герой авторских футуристических идей и теоретических концепций М. Маклюэна, Ж. Делеза, Ф. Гваттари, В. Флюссера, Ж. Аттали, З. Баумана и других ведущих ученых, но активный представитель современности. Адаптируясь к происходящим изменениям и приобщаясь к новым технологиям, он обретает уникальные качества, черты и характеристики.

Концепция И.П. Кужелевой-Саган, выбранная в качестве базовой среди существующих авторских подходов к типологизации цифровых номадов, позволила рассматривать «кочевые» практики сразу в двух «измерениях»: глобальных и локальных (городских). Примеры реальных воплощений, соответствующих типам цифровых кочевников, выделяемым этим автором, стали основанием для следующего утверждения: цифровые номады с каждым днем все активнее заявляют о своих ценностях, потребностях и идеалах, предпочитая быть частью лишь тех социальных пространств и общностей (равно как и потребителями продуктов), которые соответствуют их желаниям, образу жизни и мировоззрению.

Возрастающая динамика распространения цифрового номадизма в глобальных и локальных общественных границах и постепенное приобретение им статуса одного из наиболее массовых социальных явлений современности делают его объектом не только научного интереса, но и экономического, включая его рекламный аспект. Как известно, реклама не может быть эффективной, если её субъекты не владеют знаниями о стиле жизни представителей своей целевой аудитории, их потребностях, желаниях, предпочтениях, ценностях, традициях и т.д.; в целом составляющих их *обобщенный* социально-психологический и культурно-антропологический «портрет».

В результате анализа множества научных и научно-публицистических источников, а также текстового и видео-контента в Сети было выявлено, что обобщенный социально-психологический и культурно-антропологический «портрет» цифрового кочевника, помимо двух базовых идентификаторов – перманентной мобильности и подключенности к Сети, - составляет ряд важных характеристик, среди которых: потеря значимости пространственно-временных границ; ценность «здесь-и-сейчас» настоящего по сравнению с прошлым и будущим; ослабление или утрата привязанности к дому, важности родственных связей и социальных обязательств; адаптивность и приспособляемость к изменениям; «жизненный аутсорсинг» как ключевой принцип, определяющий образ жизни; предпочтение виртуальных форм коммуникационного взаимодействия живому общению.

Подход, при котором социально-психологические и культурно-антропологические черты «портрета» цифрового кочевника рассматриваются в своём единстве, обусловлен следующим. Культура цифрового нomaдизма, в отличие от большинства других культур, складывается на протяжении одного, а не нескольких поколений. Процессы формирования основных социально-психологических характеристик цифровых кочевников (особенностей их восприятия, поведения и пр.) и их культурно-антропологических черт (ценностей, ритуалов, традиций) происходят, фактически, параллельно. В связи с этим их иногда очень сложно отделить друг от друга. Поэтому ряд авторов предпочитают исследовать их в совокупности (Р. Брайдотти, Э. Россел, У. Митчелл и др.). Подобный принцип стал основой для анализа ключевых социально-психологических и культурно-антропологических характеристик томского студента - цифрового нomaда как объекта рекламной коммуникации в данной работе.

В Томске, долгое время находившемся под влиянием принципов седентаризма (оседлости), сегодня происходят изменения, трансформирующие его природу в сетевую и кочевую. Необходимость изучения подобных процессов становится все более очевидной для научно-образовательного сообщества города-университета. Томские вузы уже предпринимают серьезные шаги для адаптации образовательной и социальной инфраструктуры к происходящим изменениям, связанным с развитием сетевого-информационного общества, включая такой тренд, как цифровое кочевничество. В подобном контексте одной из ключевых аудиторий, требующей внимания, учета своих интересов и потребностей, становятся студенты как потенциальные и реальные цифровые нomaды, современные и будущие обитатели Томска как города-университета, города-Сети и «oазиса».

Основными результатами исследования по определению культурно-антропологических и социально-психологических характеристик томских студентов – цифровых нomaдов, которое проводилось с использованием методов аудиторного анкетирования и фокус-групп, стали следующие выводы:

- В подавляющем большинстве случаев томские студенты не знают точного значения понятия «цифровые нomaды или кочевники»;
- Вместе с тем студенты томских университетов проявляют высокую степень информированности о природе и сущности процессов, происходящих в современном сетевом обществе в целом; а также обнаруживают способность а) интуитивного понимания смыслов, транслируемых понятиями «цифровой нomaдизм» и «цифровые кочевники», и б) воспроизводства образов, включающих ключевые характеристики нomaдов и кочевого образа жизни;
- Многие студенты томских университетов фактически уже сегодня являются локальными (городскими) цифровыми кочевниками и косвенно демонстрируют

стремление к самоидентификации и самопрезентации в образе действительного цифрового номада;

- Томский студент, располагая широким диапазоном возможностей для мобильности и выражая активное желание свободно путешествовать, проявляет себя как «сезонный» номад, но не ориентирован на постоянное «кочевание», поскольку временно ограничен пространственными, социальными и материальными факторами.
- Социально-психологические и культурно-антропологические черты томского студента-кочевника во многом совпадают с характеристиками, составляющими «портрет» глобального цифрового номада¹⁹⁹, однако присутствует и ряд отличий. Ключевыми из них становятся очевидное предпочтение очной формы обучения как единственно возможного способа получения качественного высшего образования и осознанное ограничение глобальных «кочевых» практик как следствие личного стремления к достижению данной цели.

Социально-психологический и культурно-антропологический «портрет» томского студента – цифрового кочевника позволил определять его особенности как члена современного сетевого информационного сообщества и представителя целевой аудитории – объекта рекламной коммуникации.

Черты обобщенного социально-психологического и культурно-антропологического «портрета» томского студента – номада как представителя особой социальной группы и целевой аудитории в контексте рекламных коммуникаций можно передать с помощью следующих ключевых кодов: цифровые технологии и подключенность к Сети; мобильность и свобода; информация; «здесь-и-сейчас» бытие; скорость и время; глобальность; общие интересы, взгляды и ценности; знания и достижения. Каждый из этих кодов был рассмотрен как комплекс смыслов, определяющих представителей данной социальной группы, и отражение трансформаций и адаптаций, требующихся и ожидаемых от рекламы.

Одним из главных выводов проведенного исследования стало следующее утверждение: для выстраивания эффективной рекламной коммуникации с томскими студентами – цифровыми кочевниками необходимым становится не только правильный выбор канала передачи сообщения, но и соответствие его содержания чертам их обобщенного «портрета», опора на соответствующие ему ключевые коды. Таким образом, цель настоящей дипломной работы достигнута.

¹⁹⁹ К общим чертам и характеристикам студента-кочевника и реального цифрового номада относятся: мобильность и подключенность к Сети; принцип «жизненного аутсорсинга»; предпочтение мобильной связи и сетевых технологий и отказ от живого общения; выбор «третьих мест» в качестве пространств для решения рабочих и учебных задач; утрата значения дома, родственных связей, социальных обязательств и привязанностей; стремление к построению отношений, основанных на общности взглядов, ценностей и интересов; модель «жизни одним днем»; страх ошибочности действия и недостаточности времени и др.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Академическая мобильность : [Электронный ресурс] / Официальный сайт ТПУ. Международное сотрудничество. URL:<http://tpu.ru/international/int-projects/academic-mobility/>
2. Академическая мобильность : [Электронный ресурс] / Официальный сайт ТПУ. Международное сотрудничество. URL:<http://tpu.ru/international/int-projects/academic-mobility/>
3. Андреева Г.М. Социальная психология. Учебник для высших учебных заведений / Г. М. Андреева. — 5-е изд., испр. и доп. — М.: Аспект Пресс.: 2007. - 365 с.
4. Антащук Л.К. Место праздника в мире университета/ Л.К.Антащук , Т.В. Безменова // Проблемы духовной жизни (материалы круглого стола). – Томск., 1992. - 166 с.
5. Аттали Ж. На пороге нового тысячелетия./ Ж. Аттали- М.: Международные отношения, 1993. - 70 с.
6. Бард А. Нетократия. Новая правящая элита и жизнь после капитализма/ А.Бард, Я. Зодерквист. - СПб. : Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2004. — 252 с.
7. Бард А. Нетократ [Электронный] : URL:
http://chewbakka.com/brains/bard_philosophy
8. Бауман З. Законодатели и толкователи: Культура как идеология интеллектуалов // Неприкосновенный запас. - 2003. - №1 (27). – 106 с.
9. Бауман З. Концепция текучей реальности и ее приложения : [Электронный ресурс] / Капитал страны – Федеральное интернет издание – Электрон. журн – М., 2011.- .URL:
<http://kapital-rus.ru/articles/article/181273/>
10. Бауман З. От паломника к туристу // Социологический журнал. - 1995. - №4. – 21 с..
11. Бейтсон Г. Экология разума: Избранные статьи по антропологии, психиатрии и эпистемологии / Г. Бейтсон ; пер. Д. Я. Федотова, М. П. Папуша; вступ. ст. А. М. Эткинда. — 1-е изд. — М.: Смысл, 2000. — 476 с.
12. Бенвенист Э. Словарь индоевропейских социальных терминов/Э. Бенвенист - М.: Прогресс - Универс, 1995. — 456 с.
13. Беранская И. : Городские кочевники — новый социальный класс, который живет в параллельном мире [Электронный ресурс] // Лайфхакер – 2013. URL:
<http://lifehacker.ru/2013/08/19/city-nomads/>
14. Бодрийяр Ж. Система вещей / Ж.Бодрийяр; пер. с франц. С.Зенкина. - М.: Наука, 1995. - 187 с.
15. Большие социальные группы [Электронный ресурс]: База знаний по психологии, философии, праву, экономике, маркетингу / Гуманитарно-правовой портал. URL:
<http://psyera.ru/2835/bolshie-socialnye-gruppy>
16. Булатова Т. А. Инновационный образ Томска: позиционирование в традиционных медиа и сети Интернет/ Т.А. Булатова, А.П. Глухов А.П// Вестник ТГПУ - 2014. - №3 (144). - 8 с.
17. В ТГУ разрабатывают проект по интеграции иностранных студентов : [Электронный ресурс]/ Официальный сайт ТГУ.. 2016. URL: http://tsu.ru/news/v-tgu-razrabatyvayut-proekt-po-integratsii-inostra/?sphrase_id=24656
18. В Томске отстроили 17-этажное общежитие для студентов ТПУ : [Электронный ресурс]/ НГС. Новости. URL : <http://ngs70.ru/news/more/2242893/>
19. Вебер М. Избранное. Образ общества/ М. Вебер; пер. с нем. М. И Левина – М.: Юрист, 1994 - 704 с.
20. Вендина О. Невидимые сдвиги в развитии городов России: поиск концептуальных решений // Городской альманах.- 2006. - Вып. 2.

21. Веселова С. Б. Город. Между архитектурным проектом и информационной сетью./ С.Б. Веселова - Ridero.ru, 2015. – 300 с.
22. Веселова С.Б. Преодоление хаоса. Жизненный мир мегаполиса в концептах, архитекторов, философов и социологов начала XX века// СПб.: Вестник РХГА. – 2014. - №1. – 352 с.
23. Галажинский Э.В., Кужелева-Саган И.П. Цифровые кочевники: они уже среди нас! Часть 2 [электронный ресурс] / Томский Государственный Университет. - Слово ректору, - электронный журнал. - Томск, - 2016. - 31 марта - URL: "http://tsu.ru/university/rector_page/tsifrovye-kochevniki-oni-uzhe-sredi-nas-chast-2/
24. Гарманова, О.Ю. Организационно-методическое обеспечение дистанционного обучения / О.Ю. Гарманова // Проблемы развития территории. – 2012. – № 5.
25. Головчин М.А. Уровень развития научно-образовательного пространства в регионах России/ М.А. Головчин, Т.С. Соловьева// Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2012. - №5(23).
26. Город для студентов. В Томске построят межвузовский кампус : [Электронный ресурс]/ SMARTNEW0 2016.0 URL: <http://smartnews.ru/regions/tomsk/8681.html#ixzz48tqEHMpo>
27. Городские кочевники_: Видео : [Электронный ресурс] / канал Hit-Touch – 2012. URL: https://www.youtube.com/watch?v=qSkcv6L_hUI
28. Гусева А. В библиотеке ТГУ открылся круглосуточный читальный зал : [Электронный ресурс] /Комсомольская правда. 2016. URL :<http://m.tomsk.kp.ru/online/news/2055273/>
29. Делёз Ж., Гваттари Ф. Капитализм и шизофрения. Тысяча плато/ Ж. Делёз, Ф. Гваттари - М., 2010. - 895 с.
30. Дементий Д. 15 трендов, которые изменят интернет-маркетинг к 2016 году : [Электронный ресурс]/Текстerra. 2015. URL:<http://texterra.ru/blog/15-trendov-kotorye-izmenyat-internet-marketing-k-2016-godu.html>
31. Дементий Д. Каким должен быть идеальный маркетолог в цифровую эпоху : [Электронный ресурс] /Текстerra. 2015. URL: <http://texterra.ru/blog/kakim-dolzhen-byt-idealnyy-marketolog-v-tsifrovuyu-epokhu.html>
32. Доступное высшее образование. : [Электронный ресурс] : Высшее образование — дистанционно.:/Сайт Факультета дистанционного обучения ТУСУР. 2016. URL:<http://fdo.tusur.ru/>
33. Жеравина А.Н. «Отечеству и науке» - девиз университетских студентов дореволюционного Томска // Вестник Томского государственного университета. – 2005. - №289.
34. Замятин А.В. Международная образовательная деятельность /А.В. Замятин, И.В. Кокарева, Г.Ф. Бенсон // Высшее образование в России. – 2011. - №4.
35. Инновации в головах. : [Электронный ресурс] / Официальный интернет-портал Администрации Томской области. 2015. URL: <https://tomsk.gov.ru/smi/front/view/id/3>
36. Ищенко О.В. Томский университет в городском пространстве Сибири (конец XIX – начало XX вв.) // Вестник Югорского государственного университета. – 2012. - №1(24).
37. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс; пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. — М.: ГУ ВШЭ, 2000. - 608 с.
38. Кашпур В. В. Социокультурная адаптация мигрантов: проблемы и стратегии: томский кейс / В. В. Кашпур, И. Г. Поправко // Вестник Томского государственного университета. - 2012. - № 354 (январь).

39. КОЛИЧЕСТВО ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ИНТЕРНЕТА В РОССИИ [Электронный ресурс]: Интернет в России и в мире : URL: http://www.bizhit.ru/index/users_count/0-151
40. КОНКУРС ВОЛОНТЕРСКИХ ПРОЕКТОВ UNIVOL TSU – 2016. : [Электронный ресурс]/Центр волонтерства ТГУ. 2016. URL: <http://univol.tsu.ru/>
41. Костерев А.Г. Томский научно-образовательный комплекс (посл. четв. XIX – сер. XX в.)/ А.Г. Костерев, Д.В. Хаминов // Вестник ТГПУ. – 2012. - №9(124).
42. Красильникова, В.А. Информационные и коммуникационные технологии в образовании : учебное пособие / В.А. Красильникова. – М.: Дом педагогики, 2006. – 231 с.
43. Краткий исторический очерк Томского Университета за первые 25 лет его существования (1888-1913). – Томск., 1917.
44. КРУТО, МИЛО, ДИСНЕЙ, ХИПСТЕР, МИККИ МАУС : [Электронный ресурс] URL <http://favim.ru/image/1995244/>
45. Кужелева-Саган И.П. Бизнес-коммуникации в условиях цифрового кочевничества // Наука о коммуникации как дисциплина и область знания в современном мире: диалог подходов. Сборник статей по материалам международной научной конференции, НИУ ВШЭ, М., 2015.
46. Маклюэн М. Понимание медиа: Внешние расширения человека / М. Маклюэн, пер. с англ. В.Г. Николаева. — М.; «Жуковский: Канон-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. - 464 с.
47. Мессенджеры — «новый чёрный» : [Электронный ресурс]: [Медиа, Контент-маркетинг, Интернет-маркетинг](https://habrahabr.ru/post/299380/) URL: <https://habrahabr.ru/post/299380/>
48. Марухно Д. Ю. Феномен рекламы в изменяющихся условиях современного мира // Молодой ученый. — 2010. — №10.
49. Микова, И.М. Понятие и сущность академической мобильности студентов / И.М. Микова//Сибирский педагогический журнал.-2011.-№ 10.
50. Митчелл У. Дж. Я++: Человек, город, сети / У. Дж. Митчелл; пер. с англ. Д. Симановского. - М.: Strelka Press. - 2012. - 328 с.
51. Молодежное лидерство - не опция, это наша ответственность : 2016.: [Электронный ресурс] URL: <http://aiesec.ru/about-aiesec/>
52. На "Томском Обзоре" опубликован первый лонгрид : [Электронный ресурс]/Томский обзор. Мобильная версия. 2015. URL : <https://obzor.westsib.ru/news/436117>
53. Новое общежитие для студентов Томского государственного университета : [Электронный ресурс] : URL: <http://sdelanounas.ru/blogs/30724/>
54. Носова С. С. Сетевое поколение [Электронный ресурс]: // Воздушный замок, Международный журнал по теории архитектуры. URL: www.cloud-cuckoo.net/fileadmin/issues_ru/issue_32/article_nosova.pdf
55. *Образование от М.В. Ломоносова до наших дней:*/ под ред. В.А.Садовниченко. – М., 2012. – 197 с.
56. Оксфорд выберет разработки ТГУ для вывода на мировой рынок. : [Электронный ресурс] / Официальный сайт ТГУ. Новости. 2016. URL: <http://www.tsu.ru/news/oksford-vyberet-razrabotki-tgu-dlya-vyvoda-na-mirovyy-rynok/>
57. [Палленберг А. : Видео \[Электронный ресурс\] : Каким видит мобильное будущее Саша Палленберг? / канал Hit-Touch, 2014. URL: https://www.youtube.com/watch?v=B7WxWNlwJnk](https://www.youtube.com/watch?v=B7WxWNlwJnk)
58. Палленберг А.: Для конференции [MobileOptimized 2014](https://dev.by/lenta/mo/sasha-pallenberg-dni-kogda-mozhno-bylo-za-2-3-chasa-v-den-v-starbakse-sozdat-flappy-birds-ili-whatsapp-podoshli-k-kontsu) [Электронный ресурс] / ИТ Беларусь в фокусе – 2014. URL: <https://dev.by/lenta/mo/sasha-pallenberg-dni-kogda-mozhno-bylo-za-2-3-chasa-v-den-v-starbakse-sozdat-flappy-birds-ili-whatsapp-podoshli-k-kontsu>
59. Панда :[Электронный ресурс] URL https://www.instagram.com/panda_yaponskaya/

60. Парк Р. Город как социальная лаборатория.// Социологическое обозрение. - М., 2002. - Том2. - N3.
61. Парми Олсон Бот в помощь: как мессенджеры научились зарабатывать миллиарды [Электронный ресурс] :| URL:<http://www.forbes.ru/tekhnologii/internet-i-svyaz/313169-bot-v-pomoshch-kak-messendzhery-nauchilis-zarabatyvat-milliardy>
62. Проектный философский журнал : [Электронный ресурс] : URL: http://projective_philosophy.academic.ru/20.
63. Пуля В. 10 трендов новых медиа в 2016 году : [Электронный ресурс] / Наука о рекламе. Экспрессионисты. 2016. URL:<http://www.advertology.ru/article135173.htm>
64. Ритцер Дж. Макдональдизация общества 5./ Дж. Ритцер. - М.: Праксис, 2011. - 592с. 29. Секацкий А.К. Книга номада // Три шага в сторону. - М.: Амфора, 2000.
65. Родионова Л.А. Город как социальная система./Л.А. Родионова. - Харьков: ХНАГХ, 2008. – 99 с.
66. Рыбаковский Л.Л. Изучение миграционных процессов в России и формирование научных направлений / Л.Л.Рыбаковский ; под общей ред. О. Д. Воробьевой.// Приложение к журналу "Миграция в России" - Вып. 1 - М., 2001.- 176 с.
67. Сибирская жизнь[Текст], 1908. - 14 ноября.
68. Сибирский студент[Текст]. 1915. - №5-6.
69. Смирнов С.А. Антропология номадизма. Антропологические тренды и северный культурный код.[Электронный ресурс] :электронный альманах о человеке/Электрон. журн. - Новосибирск, 2016. - URL: <http://www.antropolog.ru/doc/persons/smirnov/smirnov29://www.antropolog.ru/doc/persons/smirnov/smirnov29>
70. Смирнов С.А. Антропология номадизма: Антропологические тренды и северный культурный код : [Электронный ресурс] / Электронный альманах о человеке .- 2015. URL: <http://www.antropolog.ru/doc/persons/smirnov/smirnov29>
71. Современная энциклопедия :[Электронный ресурс] URL:<http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc1p/19094>)
72. Современное искусство : эстетика, провокация, визуальный допинг : [Электронный ресурс] : URL: http://vk.com/fave?w=wall-35486596_222738
73. Статьи : [Электронный ресурс] / Nano News Net. 2015. URL:<http://www.nanonewsnet.ru/articles/2015/innovatsionnaya-infrastruktura-tomskoi-oblasti>)
74. Студенческий городок Томского политеха стал лучшим в России : [Электронный ресурс]/Томский политехнический университет. Служба новостей. 2016. <http://news.tpu.ru/news/2016/04/04/25165/>
75. Стэндинг Г. Прекариат: новый опасный класс./ Г. Стэндинг - М.: Ад Маргинем Пресс, 2014. – 328 с.
76. Сухушина Е.В. Городское пространство - опыт исследования / Е.В.Сухушина, А.Ю.Рыкун, Н.П. Погодаев //Вестн. Том. гос. ун-та - Философия.- Социология.- Политология.- 2014.- № 1(25).
77. Томские власти продолжают работу по развитию вузовской инфраструктуры : [Электронный ресурс]/Администрация Томской Области . Информационный интернет-портал. URL: <http://old.tomsk.gov.ru/ru/INOTomsk-2020/novosti/posmotr-novosti/-/novost-tomskie-vlasti-prodolzhat-rabotu-po-razvitiyu-vuzovskoy-infrastruktury>
78. Томских А.А. Механизмы конкурентоспособности научно-образовательных систем: зарубежный и национальный опыт // Ученые записки ЗабГУ. - 2015. - №1(60).
79. ТОП 7 маркетинговых трендов 2016 года : [Электронный ресурс]/ Наука о рекламе. Экспрессионисты. 2016. URL :<http://www.advertology.ru/article135761.htm>

80. Торжество открытия юридического факультета Императорского Томского Университета // Годичный акт в Императорском Томском Университете 22 октября 1898 года. – Томск., 1899.
81. Тоффлер Э. Третья волна, пер. с англ. /Э. Тоффлер; науч. ред. и предисл. д.ф.н., проф. П.С. Гуревича. - М.: ООО «Издательство АСТ», 2002. - 776 с.
82. Трубина Е.Г. Мобильность и седентаризм в социально-теоретическом дискурсе // Социальная философия и социология, - 2012.
83. Университет миллионов: как онлайн-курсы научили нас учиться по-другому : [Электронный ресурс]]/ Официальный сайт ТГУ.. Подробности. 2016. <http://tsu.ru/podrobnosti/universitet-millionov-kak-onlayn-kursy-nauchili-nas-uchitsya-po-drugomu/>
84. Урри Дж. Социология за пределами обществ: виды мобильности для XXI столетия / Дж. Урри; пер. с англ. Д. Кралечкина; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2012. – 336 с.
85. Ушакин С. О людях пути: номадизм сегодня.[Электронный ресурс]// Электрон. журн. - Ab Imperio, 2012. №2. - URL: <http://net.abimperio.net/node/2639>
86. Фуко М. Археология знания / М. Фуко: пер. с фр. М.Б. Ракова, А.Ю. Серебрянникова. – СПб.: Гуманитарная Академия, 2004
87. Центр совместных международных образовательных программ.: [Электронный ресурс] / Официальный сайт ТГУ.. Образование. URL::<http://tsu.ru/education/csmop/>, <http://tpu.ru/international/int-projects/academic-mobility/>
88. Цифровой SMM-проект: виртуальная платформа для бизнес-коммуникаций. : [Электронный ресурс]/Школа MOOK. ТГУ. 2016. URL: <http://mooc.tsu.ru/ru/list/>
89. Цифровые кочевники : они уже среди нас! Часть 2.: [Электронный ресурс] / Официальный сайт ТГУ. Слово ректору. 2016. URL: http://tsu.ru/university/rector_page/tsifrovye-kochevniki-oni-uzhe-sredi-nas-chast-2/
90. Что такое Big Data (большие данные) в маркетинге: проблемы, алгоритмы, методы анализа : [Электронный ресурс]: URL <http://lpgenerator.ru/blog/2015/11/17/chto-takoe-big-data-bolshie-dannye-v-marketinge-problemy-algoritmy-metody-analiza/>
91. Что такое квест :[Электронный ресурс] URL <http://help.ordenmira.ru/quests/about.htm>
92. Шеманов А.Ю. Самоидентификация человека и культура/ А.Ю. Шеманов - М.: Академический проект,,2007. – 479 с.
93. Шпет Е.Н. Прогрессирование академической мобильности в вузах г. Томска как способ организации учебной миграции студентов /Е.Н. Шпет. - Вестник ТГП, 2015. - №7(160).
94. Электронное обучение : [Электронный ресурс]/ Официальный сайт ТГУ.. Образование. 2016. URL:<http://tsu.ru/education/e-learning/>
95. Юринова Н. Инновации в головах // Бизнес-журнал. – 2015 - №1. – январь.
96. 23 июля в Университетской роще стартует интерактивная площадка «Я в ТГУ» [Электронный ресурс]/ Официальный сайт ТГУ.. Новости. 2016. URL: http://www.tsu.ru/news/samaya_zharkaya_nedelya_iyulya_v_tgu/?sphrase_id=23491
97. Abercrombie N.,B. Audiences: A sociological theory of performance and imagination./N.Abercrombie. - Thousand Oaks, CA: Sage. Abbey Records, 1998.
98. AIESEC для студентов : [Электронный ресурс]/ AIESEC в России. 2016. URL: <http://aiesec.ru>
99. Botkin D. Discordant Harmonies: A New Ecology for the Twenty-First Century./D. Botkin. - N. Y., 1990. – 241 с.
100. Braidotti R. Introduction // Nomadic Theory.

101. Cannon D. Post-Modern Work Ethic // Demos Quarterly The Time Squeeze. - 1995. - №5.
102. Davenport C.B. Nomadism, or The Wandering Impulse, with Special Reference to Heredity // Davenport. The Feebly Inhibited. Washington, 1915.
103. Deleuze G. City-State./G. Deleuze, F. Guattari //Rethinking Architecture. A Reader of cultural Theory. - Ed. N. Leach. L. Routledge. - 1977.
104. DNX : DIGITAL NOMAD CONFERENCE [Электронный ресурс] : URL: <http://www.dnxglobal.com/>
105. Flusser. Nomads // The Freedom of the Migrant.
106. Fortunati, L. The mobile phone: Towards new categories and social relations.// Information, Communication & Society, 2002. - 5 (4).
107. Kittler Fridrich A.Die Stadt ist ein Medium. / Fridrich A. Kittler. Mythos Metropole. Suhrkamp. Frankfurt. - M., 1995.
108. Gonzalez M.C. Understanding individual human mobility patterns./ M.C. Gonzalez, C.A. Hidalgo, A. L. Barabasi . – Nature (453), 2008
109. Graham S. Telecommunications and the City./ S. Graham, S. Marvin - L.: Routledge, 1996. P. 199
110. Heim, Irene Artikel und definitheit/ International Handbook of Contemporary Research, - Berlin: de Gruyter, 1991. - 247p.
111. Hooks B. Yearning: Race, Gender and Cultural Politics./B. Hooks. - L.: Turnaround, 1991. - 187 p.
112. Kahn H. Things To Come. Thinking about the Seventies and Eighties./H. Kahn, B. Bruce-Briggs. - New York: MacMillan, 1972. - 368 p.
113. Kleinrock L. Communication Nets: Stochastic Message Flow and Design./L. Kleinrock. — McGraw-Hill, 1964. - 220p.
114. Kuzheleva-Sagan I.P. Culture of Digital Nomads: Ontological, Anthropological, and Semiotic Aspects. [Электронный ресурс] / 2014. - http://www.iass-ais.org/proceedings2014/view_lesson.php?id=64
115. Kuzheleva-Sagan I.P., Nosova S.S. Culture of Digital Nomads: Ontological, Anthropological, and Semiotic Aspects. 2014. [Электронный ресурс] /World congress of the IASS/AIS. 12th. WCS. Sofia. 2014. URL:http://www.iass-ais.org/proceedings2014/view_lesson.php?id=64
116. Makimoto T. Digital Nomad./ T.Makimoto,D.Manners - Wiley, New York, 1997.
117. Malkii L. National Geographic: The Rooting of Peoples and the Territorialization of National Identity among Scholars and Refugees // Culture, Power, Place: Explorations in Critical Anthropology - ed. A. Gupta, J. Ferguson. Durham, - 1997.
118. Negroponte, N. Being Digita, 1995.
119. NEU HIER? : **Herzlich Willkommen auf Anti-Uni.com!** : [Электронный ресурс] : URL: <http://anti-uni.com/neu-hier/>
120. Oldenburg R. The Great Good Places./ R. Oldenburg - N.Y.: Marlowe & Company, 1989. - 384 p.
121. Peters T. Liberation Management: Necessary Disorganization for the Nanosecond Nineties./ T. Peters - London: Macmillan, 1992. - 626 p.
122. Posner R. Basic Tasks of Cultural Semiotics./R. Posner; - Gloria Withalm and Josef Wallmannsberger (eds.), Signs of Power – Power of Signs. Essays in Honor of Jeff Bernard. - Vienna: INST, 2004.
123. Reich Robert B. The work of nations: Preparing ourselves for 21st Century Capitalism/ Robert B. Reich - New York: Vintage Books, 1991.

124. Rheingold H. The Virtual Community./ H.Rheingold. - L.: Secker & Warburg, 1994.
125. Roetzer F. Urbaninitaet in den Netzen // Mythos Metropole. - F/am Main. - 1995.
126. Serres M. Angels: A Modern Myth. Paris./ M. Serres - Flammarion., 1995. - 302 p.
127. Sherry Turkle Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet/ Sherry Turkle,- 1995. -
128. SMM-агентство Put In: SMM-агентство. Ставим SMM.:2015 [Электронный ресурс]
URL http://vk.com/putin_smm
129. Solnit R. Wanderlust. A History of Walking./ R. Solnit. - Wanderlust - N. Y., 2000.
130. The Flaneur. Routledge./Tester K. (ed.) - The Flâneur. Routledge, London. 1995.
131. Urban Nomads: Design For A Lifestyle On The Go [Электронный ресурс] //Pop-Up City – Amsterdam, 2014. URL: <http://popupcity.net/urban-nomads-design-for-a-lifestyle-on-the-go/>



Рис. 1



Рис. 2



Рис. 1



Рис. 2



Рис. 3



Рис. 4

«Портрет» глобального цифровогономада глазами томского студента²⁰⁰



²⁰⁰ Оригинальное изображение: <http://favim.ru/image/1995244/>

Действительный цифровой номад и томский студент – цифровой кочевник: сходства и отличия

Цифровой номад	Томский студент – цифровой кочевник
Цифровой кочевник не привязан ни к месту, ни ко времени, ни к внешним и внутренним процессам. Используемые им технические средства и создаваемое ими «непрерывное поле присутствия» делают его мобильным, обеспечивая возможность непрерывного и безграничного путешествия. Его пространственные перемещения могут быть как локальными, ограниченными пределами городских пространств, так и глобальными; как реальными, так и виртуальными.	Томский студент - цифровой кочевник как учащийся университета вынужденно привязан к месту и ограничен социальными и административными обязательствами. Располагая большим диапазоном доступных возможностей «сезонного кочевания», он все же не обладает полной свободой и абсолютной мобильностью. Про этом временные ограничения глобальных «кочевых» практик для студента-номада являются следствием личного стремления к получению высшего образования и соответствуют его потребностям и предпочтениям (очная форма обучения для него является наиболее приемлемой).
Цифрового номада все меньше волнуют расстояние и местоположение, он становится участником глобального процесса пространственно-временной десинхронизации²⁰¹, основными признаками которого являются: - рост популярности образа «свободного и независимого путешественника», избегающего подчинения распорядкам, характерным для массовых туристических групп; - развитие системы гибких графиков, позволяющих самостоятельно	Томский студент - цифровой кочевник выражает стремление к неограниченным пространственным перемещениям (в том числе одиночным путешествиям), свободе от профессиональных, социальных обязательств. Он считает практики мобильности эффективным средством достижения личных целей и удовлетворения потребностей и готов в будущем сменить место жительства / отправиться в длительное путешествие. Однако на определенный период «кочевые» практики студента-номада ограничены локальным пространством города-университета

²⁰¹ Ритцер Дж. Макдональдизация общества. М.: Практикс, 2011

организовывать рабочие процессы в соответствии с личными предпочтениями и индивидуальным ритмом жизни; - свободный доступ к информации в любой момент времени, что делает неактуальной привязанность и зависимость человека от расписания каналов теле- и радиовещания; - отказ от определенного графика и привычного места приема пищи, однообразного и традиционного проведения досуга в кругу семьи.	как «оазиса» и временной станции, где целью остановки выступает получение высшего образования.
Совмещая путешествия с работой или учебой, цифровой номад стремится использовать множество различных точек – многофункциональных, удобных и уютных пространств, обеспечивающих комфорт, способных служить для самых разнообразных целей и обладающих главным необходимым ресурсом – стабильным, бесплатным и беспроводным доступом к Сети. Подобными «третьими местами» являются: коворкинговые и коливинговые зоны, хостелы, кафе, публичные библиотеки и даже скверы и парки.	Томский студент – цифровой кочевник предпочитает использовать возможности и услуги «третьих мест» для решения значимых вопросов, серьезных рабочих и учебных задач. Первостепенной необходимостью и главным критерием при выборе подобных мест для него становится доступность свободного подключения к сети Интернет. Студент-номад отдает предпочтение кафе и библиотекам как наиболее комфортным пространствам для деятельности, связанной с учебой и работой. Коворкинговые зоны, хостелы и иные типы «третьих мест» не пользуются популярностью у томских студентов – цифровых кочевников.
Самоорганизация и дисциплинированность становятся необходимыми качествами для номада, который вынужден постоянно выбирать между обязательствами, работой и новыми впечатлениями, отдыхом, развлечениями.	Томский студент-номад проявляет стремление к максимальной результативности, демонстрируя крайнюю степень обязательности и стремясь к завершению важных дел без отвлечения на отдых и развлечения.

Принадлежать себе для кочевника означает находиться во власти своих переживаний, опасений, страхов и привычек. Многие цифровые номады вынуждены постоянно испытывать стресс и беспокойство, боясь не успеть, пропустить что-то важное, сделать не все или быть не там, где нужно.	Студента – цифрового кочевника сопровождает страх ошибочности действия, недостаточности времени. Его беспокоит возможность упустить что-либо значимое и не успеть завершить важные дела в установленный срок.
У цифровых кочевников вырабатываются особые черты – адаптивность и приспособляемость к изменениям, а дом, семья, устойчивые социальные связи все больше утрачивают свое значение, теряя роль «точек опоры».	Томский студент-номад стремится отделиться от социальных и психологических границ, определяющихся традициями, нормами и обязательствами. Свобода и защищенность для него связаны с уверенностью в собственных силах, а также присутствием и функционированием личных технических устройств. Дом, семья, родственные связи и отношения не имеют для него определяющего и приоритетного значения.
Состояния принадлежности и идентичности у цифрового номада становятся текучими и изменяются под влиянием процессов передвижения, адаптации.	Вопросы национальной принадлежности и территориальной, этнической и др. идентичностей не интересуют томского студента – цифрового номада. Гораздо больше его привлекают свобода, достижение личного (в том числе профессионального) успеха и пространственные перемещения как путь к достижению целей и удовлетворению потребностей. Студент-номад комфортно чувствует себя в условиях высокой динамичности социальной среды. Он демонстрирует навыки быстрой адаптации и стремление к увеличению скорости

	происходящих изменений.
Стационарной опорой для кочевника становятся его мобильное устройство связи (смартфон, ноутбук и др.) и персональные страницы в Сети. Потеря мобильного устройства или нарушение функционирования персональной страницы в сети Интернет дляномада является столь же горькой участью, коим было состояние бездомности для члена традиционного общества.	Ведущая роль в жизни студента-номада принадлежит его мобильному телефону – транслятору информации, источнику взаимодействия с внешним миром, регулятору большинства жизненных процессов. Кроме того, для решения наиболее значимых задач, связанных с рабочими и учебными процессами, томский студент – цифровой кочевник использует преимущественно многофункциональные технические устройства: персональные компьютеры или ноутбуки. Одной из самых пугающих возможных ситуаций для студента-кочевника является потеря мобильного телефона. При этом у него отсутствует подобное отношение к персональным аккаунтам в Сети.
Цифровой кочевник редко утруждает себя вопросами о строении используемых им устройств, его мало интересуют механизмы их функционирования, пути, которые проходит информация, прежде чем попасть на экран планшетного ПК. Главное дляномада – стабильность работы устройств и соответствие их личным ожиданиям.	Цифрового кочевника – студента технических специальностей интересуют механизмы функционирования личных устройств, электронных ресурсов, сетевых технологий. Он стремится к полному пониманию и контролю подобных процессов. Кочевник-«гуманитарий» не нуждается в понимании процессов функционирования технических средств (Wi-Fi-роутеров/компьютеров/сети Интернет и др.). Он заинтересован лишь в эффективном функционировании личных устройств и гарантированном доступе к Сети.
Одним из принципов, формирующих образ жизни цифрового кочевника (и томского студента-номада), становится «жизненный аутсорсинг»: навыки счета и письма, сохранения и	

воспроизведения информации, управление многими внутренними и внешними процессами он отдает во власть искусственного электронного интеллекта, получая взамен еще больше свободного времени.	
Кочевник представляет будущее как нечто мгновенное и кратковременное. Он лишен долгосрочных планов, представлений о перспективах, существуя в «реальном времени» и проживая новую жизнь каждые двадцать четыре часа.	Для студента-кочевника определяющей стратегией становится «жизнь одним днем», подразумевающая отсутствие долгосрочных планов и целей, размышлений о будущем.
Скорость потоков в жизни цифрового кочевника связана не только с быстрыми и легкими изменениями мест пребывания, работы, но и с ускорением внутренних психо-эмоциональных процессов, что позволяет ему быстро и без сложностей переходить из одного психического состояния в другое, изменять мировоззрение и личностные приоритеты.	Ускоряющиеся информационные, коммуникационные и пространственные потоки формируют в томском студенте-номаде способность к быстрой и легкой смене обстоятельств, планов, мнений, интересов, ценностей и приоритетов.
Наиболее ценными для цифровогономада являются отношения, основанные на общности интересов, взглядов и ценностей, а родственные связи и социальные обязательства теряют свое значение.	Общность взглядов, ценностей и интересов является определяющим критерием в процессе выбора людей, составляющих ближайшее окружение и имеющих действительное значение в жизни студента-кочевника.
Для цифрового кочевника характерно взаимодействие и формирование «сообществ» с теми, кто от него географически удален и доступен лишь в результате использования возможностей технических устройств и сетевых подключений. В ситуации выбора между личным общением со случайными окружающими его людьми и взаимодействием с уже знакомым, но	Томский студент – цифровой номад предпочитает мобильную связь и онлайн-коммуникацию живому общению, формируя сообщества в виртуальном пространстве и взаимодействуя с близкими людьми в сети Интернет.

географически удаленным человеком номад всегда отдает предпочтение виртуальному общению.	
Форматы и стандарты общения в сетевых сообществах вынуждают цифровых кочевников к созданию и соблюдению новых моральных и этических норм. Сетевой этикет, этика анонимности, уважение правил и норм общения в Сети, принцип защиты информации и тому подобные глобальные нормы становятся обязательными для цифрового номада, обеспечивая его гармоничное существование в пределах виртуальных сообществ.	Соблюдение сетевого этикета и этики анонимности является принципиальной позицией студента-номада, который стремится к воплощению подобных стандартов не только в виртуальных, но и в реальных социальных пространствах. В частности, томский студент – цифровой кочевник активно демонстрирует значимость принципов технологической приватности, заключающихся в запрете и порицании вторжения в пространство личных технических устройств.
Для цифрового кочевника все меньшее значение имеет содержание сказанного собеседником. Гораздо важнее скорость коммуникационных процессов. Большое количество и разнонаправленность информационных потоков не оставляют времени на чтение и осмысление серьезных и содержательных текстов большого объема. Цифровые номады предпочитают лаконичные информационные сообщения, которые позволяют им поглощать информацию в соответствии с законами современного общества – быстро, без усилий, в больших количествах, в любом месте и в любой момент времени.	Томский студент – кочевник не заинтересован в получении информации в форме объемных текстов, требующих внимания и сосредоточенного чтения. Гораздо более привлекательными для него являются краткие сообщения, «потребляемые» им в больших количествах и в максимально быстром темпе в пространствах социальных сетей и новостных порталов.
Стремление к пониманию скрытых смыслов и осознанию собственного предназначения становится частной чертой,	Мысли о смысле собственной жизни и личном предназначении часто посещают студентов – номадов, однако большинство из них сталкивается с трудностями в процессе поиска

характеризующей цифрового кочевника.	ответов на подобные вопросы.
Цифровые номады отдают предпочтение вещам, способным уместить в себя все необходимое им технические устройства. - наушники создают частное пространство в пределах любой общественной территории; - смартфоны представляют собой уникальное средство связи с внешним миром, досуговое развлечение, реализуют необходимую возможность подключения к Сети.	Необходимость постоянного присутствия личных технических устройств в ближайшей доступности стимулирует томского студента-кочевника к выбору предметов одежды/сумок/рюкзаков, обеспечивающих удобство расположения и пространственного перемещения подобных средств и приборов (смартфонов, ноутбуков, планшетных ПК, наушников, зарядных устройств, фотоаппаратов и др.).

Образец анкеты и результаты аудиторного анкетирования

Уважаемые студенты!

Просим вас принять участие в исследовании, направленном на изучение образа жизни представителей современного студенческого сообщества Томска.

Результаты исследования будут использованы только в обобщенном виде.

Пожалуйста, заполните небольшой информационный блок о себе:

ВУЗ _____

Специальность _____

Курс _____

Родной город _____

Внимание! Знаком «*» отмечены вопросы, требующие выбора одного варианта ответа.

Блок 1

1. Во время скучной лекции, в транспорте, в очереди к врачу Вы чаще всего...

(Выберите не более двух вариантов ответа)

- Занимаетесь Интернет-серфингом (21%)
- Проводите время в социальных сетях (69%)
- Читаете печатную/электронную книгу, слушаете аудиокнигу (24%)
- Играете в игры с использованием мобильных устройств/без использования мобильных устройств (8%)
- Размышляете (38%)
- Спите (8%)

Свой вариант _____

2. Что расстроит Вас сильнее всего?

(Отметьте каждый из вариантов цифрой от 1 до 8, где 1 – то, что расстроит Вас сильнее всего, а 8 – то, что не расстроит Вас)

- Пропажа записной книжки
- Отсутствие возможности выхода в Интернет
- Потеря мобильного телефона
- Блокировка Вашего аккаунта в социальных сетях
- Временное закрытие любимого кафе
- Опоздание на занятия/работу/запланированную встречу из-за задержки автобуса/попадания в пробку
- Отмена концерта, на который Вы планировали пойти

- Пропуск важной лекции из-за невнимательного просмотра расписания

Результаты

	1	2	3	4	5	6	7	8
Вариант 1	6%	5%	5%	10%	11%	10%	16%	31%
Вариант 2	13%	11%	18%	10%	15%	11%	8%	6%
Вариант 3	57%	11%	8%	8%	2%	3%	2%	3%
Вариант 4	5%	6%	5%	18%	13%	13%	21%	13%
Вариант 5	5%	6%	5%	10%	8%	15%	24%	26%
Вариант 6	18%	11%	23%	13%	11%	15%	6%	3%
Вариант 7	21%	8%	8%	8%	15%	20%	6%	10%
Вариант 8	16%	24%	13%	8%	13%	6%	6%	8%

3.* Список важных дел, расписание занятий, иную ежедневно необходимую информацию Вы чаще всего...

- Записываете в ежедневник (20%)
- Сохраняете, прибегая к помощи технических средств (компьютера, мобильного телефона и др.) (50%)
- Запоминаете без использования внешних носителей информации (30%)

Свой вариант _____

4.* Как часто для решения привычных задач (счета, записи информации и др.) Вы обращаетесь к техническим устройствам?

- Всегда (15%)
- Часто (42%)
- Иногда (30%)
- Редко (13%)
- Никогда (0%)

5.* Что Вы меньше всего хотели бы забыть, уходя из дома?

- Записную книжку/канцелярские принадлежности (7%)
- Наушники (10%)
- Книгу (2%)
- Мобильный телефон (81%)

Свой вариант _____

6.* Важно ли для Вас понимать, как работают wi-fi-роутеры/компьютеры/сеть Интернет и др.?

- Да, Вы всегда стараетесь понимать строение и механизмы функционирования устройств и ресурсов, которыми пользуетесь (17%)
- Да, Вам очень хотелось бы узнать об этом больше (23%)
- Скорее нет, Вам хватает общего понимания подобных процессов (42%)
- Нет, для Вас это абсолютно не важно. Важен только результат (18%)

7. Что позволит Вам составить целостное представление о чем(ком)-либо?

(Выберите не более двух вариантов ответа)

- Знакомство с человеком/местом/предметом вживую (95%)
- Просмотр видеосюжета о месте/человеке/предмете (20%)
- Просмотр фотографий человека/места/предмета (15%)
- Большое количество текстовой информации о человеке/месте/предмете в Сети (22%)

8. Когда Вы попадаете в место/на мероприятие, где давно мечтали побывать, Вы...

(Вопрос предполагает несколько вариантов ответа)

- Наслаждаетесь происходящим, забыв обо всем (83%)
- Фотографируете, чтобы поделиться впечатлениями с друзьями и знакомыми (22%)
- Фотографируете, чтобы сохранить воспоминания для себя (50%)
- Снимаете на видео все происходящее (13%)
- Создаете видеоролик, коротко сообщающий о происходящем (3%)
- Сообщаете новость своим друзьям/знакомым в Сети (17%)

Свой вариант _____

9.* Выбирая одежду/сумку/рюкзак, задумываетесь ли Вы о том, куда поместятся Ваши технические устройства (мобильный телефон/планшет/ноутбук/фотоаппарат и др.)?

- Да, в первую очередь (17%)
- Да, но для Вас это не главное (47%)
- Нет, никогда (36%)

Блок 2

1. Что из перечисленного важнее для Вас?

(Отметьте варианты ответов цифрами от 1 до 5 в порядке убывания от самого значимого к наименее важному для Вас)

- Свобода
- Семья
- Карьера
- Личные отношения
- Определенность будущего

Результаты

	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---

Вариант 1	27%	18%	12%	20%	23%
Вариант 2	48%	9%	11%	5%	30%
Вариант 3	7%	11%	32%	34%	18%
Вариант 4	9%	36%	23%	21%	11%
Вариант 5	12%	27%	21%	18%	21%

2. Что для Вас является наиболее значимым в отношениях с другими людьми?

(Выберите не более двух вариантов ответа)

- Родственные связи (15%)
- Общность интересов, взглядов, ценностей (98%)
- Ваши обещания и обязательства (28%)
- Материальное состояние человека (5%)
- Социальный статус/положение человека в обществе (8%)

Свой вариант _____

3.* Насколько часто Вы задумываетесь о смысле Вашей жизни?

- Вы много думали об этом и, кажется, нашли ответ на данный вопрос (15%)
- Вас часто посещают подобные мысли, и Вам бы очень хотелось найти ответ, но пока не удается (63%)
- Вам знакомо чувство беспокойства и поиска ответов на данный вопрос, однако Вы редко задумываетесь об этом (17%)
- Вы никогда не думали ни о чем подобном (5%)

4. С чем связано Ваше личное чувство стабильности и защищенности?

(Выберите не более двух вариантов ответа)

- С домашним пространством (22%)
- С близкими людьми/семьей (60%)
- С личными техническими устройствами (мобильным телефоном, компьютером, ноутбуком и др.), их функционированием и сохранением важной информации (7%)
- С личной уверенностью в своих силах и возможностях (57%)
- С уверенностью в завтрашнем дне и перспективами личного будущего (35%)

Свой вариант _____

5.* Насколько для Вас важны: Ваше происхождение, национальная принадлежность?

- Для Вас очень важно знать об этом как можно больше (22%)
- Эти вопросы интересуют Вас, однако Вы не считаете их очень важными (53%)
- Вас абсолютно не интересуют подобные категории (25%)

6.* Как часто Вы задумываетесь о своем будущем, насколько оно определено для Вас?

- Вы предпочитаете быть уверенным в завтрашнем дне, планируете свое будущее и стремитесь к реализации поставленных целей (27%)

- Вы стараетесь представить свое будущее как можно точнее и подробнее и понимаете, что все происходит именно так, как и должно (29%)
- Вы с трудом представляете, какой будет Ваша жизнь через 5, 10, 15... лет и не стремитесь к подобному планированию (36%)
- Вы живете настоящим и не видите смысла в планировании своего будущего (8%)

7.* Насколько часто Вы чувствуете страх пропустить что-то стоящее, не успеть сделать что-либо важное?

- Это характерное для Вас состояние, избавиться от которого удастся лишь в редких случаях (20%)
- Вы хорошо знакомы с подобным чувством и часто его испытываете (57%)
- Вам случалось испытывать что-то подобное, однако это происходило редко и давно не повторялось (17%)
- Вы никогда не сталкивались ни с чем подобным (6%)

8.* В ситуации, когда Вы старательно планировали развитие событий, но что-то пошло не так, Вы...

- В течение нескольких секунд/минут адаптируетесь к изменениям и возьмете происходящее под свой контроль (42%)
- Достаточно быстро сориентируетесь, однако предпочтете наблюдать за происходящим со стороны (23%)
- Сделаете вид, что все именно так, как должно быть (15%)
- Разочаруетесь и предпочтете не скрывать этого (20%)

9.* Как часто Вы делитесь впечатлениями о важных для Вас событиях, информацией о Вашей жизни в Сети?

- Вы часто публикуете текстовый, фото- и видеоконтент в Сети (12%)
- Вы стремитесь поделиться самыми важными новостями, событиями, мыслями и идеями (13%)
- Иногда у Вас возникает желание рассказать о чем-то подобным способом, однако это происходит нечасто (43%)
- Вы очень редко/никогда не публикуете какую-либо информацию о себе и своей жизни в Сети (32%)

10.* В ситуации, когда Вам необходимо быстро получить ответ на интересующий вопрос, Вы предпочтете...

- Обратиться к компетентному, но незнакомому человеку, находящемуся рядом с Вами (13%)
- Спросить у знакомых/друзей/родственников, используя возможности мобильной связи или Интернет-соединения (32%)
- Найти ответ самостоятельно, воспользовавшись доступной в Интернете информацией (55%)
- Предпочтете отложить поиск ответа и дождетесь возможности задать вопрос знакомому Вам человеку при личной (оффлайн) встрече (0%)

11.* Как часто у Вас возникает желание заглянуть в монитор чужого компьютера/ноутбука/экран мобильного телефона, прочесть сообщения, адресованные не Вам?

- Никогда, это противоречит Вашим принципам (37%)
- Редко, Вы испытываете подобное желание только в ситуациях, когда это необходимо (54%)
- Часто, Вам интересно, что происходит в жизни других людей (7%)
- Всегда, Вы не можете удержаться и не узнать что-то, что для Вас доступно (2%)

Блок 3

1.* Сколько времени в течение дня Вы тратите на работу/учебу?

- Не более 1-2 часов в день (2%)
- Около 3-4 часов ежедневно (27%)
- 5-8 часов (48%)
- Более 8 часов каждый день (23%)

2. Где Вы чаще всего занимаетесь делами, связанными с учебой/ работой?

(Отметьте варианты ответов цифрами от 1 до 4 в порядке убывания от самого часто используемого к наименее используемому Вами)

- В библиотеке
- В кафе
- Дома
- В коворкинговых зонах

Свой вариант _____

Результаты

	1	2	3	4
Вариант 1	11%	45%	31%	4%
Вариант 2	13%	24%	29%	20%
Вариант 3	71%	7%	4%	18%
Вариант 4	13%	7%	24%	40%

3.* Как часто Вы занимаетесь делами, связанными с учебой/ работой, вне дома?

- Всегда (5%)
- Часто (40%)
- Редко (50%)
- Никогда (5%)

4. Каким образом указанные факторы влияют на Ваш выбор места для решения задач, связанных с учебой/работой, вне дома?

(Укажите, мешает или привлекает Вас каждый из указанных факторов в ситуации выбора места. Отметьте варианты ответов цифрами от 1 до 8 в порядке убывания от самого значимого к наименее важному для Вас)

	Мешает	Привлекает	Значимость данного фактора
Громкая музыка, иные внешние шумы	88%	12%	
Большое количество людей, присутствующих в рассматриваемом месте	90%	10%	
Доступность подключения к сети Интернет	2%	92%	
Приемлемая стоимость посещения рассматриваемого места	10%	82%	
Присутствие возможности принятия пищи	20%	80%	
Возможность совмещения личных дел с развлечениями	41%	55%	
Удобство расположения личных технических устройств в рассматриваемом месте	6%	92%	
Наличие стационарных технических устройств (компьютеров, проекторов и др.), доступных для посетителей	16%	84%	

Результаты по значимости

	1	2	3	4	5	6	7	8
Вариант 1	23%	10%	12%	8%	8%	6%	10%	23%
Вариант 2	6%	12%	6%	14%	18%	10%	18%	18%
Вариант 3	33%	20%	8%	16%	4%	8%	8%	8%
Вариант 4	16%	10%	20%	16%	14%	12%	4%	12%
Вариант 5	12%	4%	10%	12%	23%	18%	8%	12%
Вариант 6	10%	14%	4%	14%	20%	10%	16%	14%
Вариант 7	14%	12%	18%	16%	10%	16%	14%	8%
Вариант 8	12%	14%	14%	10%	10%	16%	16%	12%

5.* В ситуации выбора между работой/учебой и развлечениями, Вы...

- Всегда в первую очередь завершаете все важные дела (20%)
- Чаще предпочитаете довести до конца то, что должны, однако иногда позволяете себе расслабиться и оставить что-либо «на потом», чтобы отдохнуть или не пропустить интересное для Вас событие (55%)
- Часто Вам не удается побороть свои желания, и Вам приходится доделывать важную работу в последний момент (18%)
- Всегда выбираете то, чего Вам хочется «здесь и сейчас», рассчитывая, что успеете сделать обязательную работу позже (7%)

6. Для того чтобы лучше подготовиться к предстоящему экзамену, Вы...

(Выберите не более двух вариантов ответа)

- Пойдете в библиотеку и постараетесь найти как можно больше дополнительной литературы (18%)
- Постараетесь как можно тщательнее изучить информацию, доступную в Интернете (53%)
- Используете только лекционные материалы (68%)
- Воспользуетесь помощью других студентов, знакомых (32%)

Свой вариант _____

Блок 4

1.* Вы общаетесь с большинством своих друзей/знакомых/родственников...

- Вживую (51%)
- Онлайн (37%)
- С использованием мобильной связи (12%)

2.* Провести воскресный вечер или праздничный день Вы скорее предпочтете...

- В кругу семьи, соблюдая многолетние традиции и следуя привычкам (33%)
- В компании друзей/знакомых (38%)
- В одиночестве или в компании близкого человека (29%)

3.* Насколько легко для Вас сменить место жительства (в том числе город)?

- Легко, Вы часто переезжаете и не привязаны к дому (33%)
- Думаете, что легко, но пока не сталкивались с подобным (32%)
- Сложно, поскольку у Вас нет такой возможности (5%)
- Тяжело, т.к. Вы очень привязаны к своему дому (30%)

4.* Способны ли Вы оставить семью/друзей/дом и отправиться в новое для Вас место для достижения личных целей?

- Да, у Вас есть подобный опыт и Вы готовы повторить это снова (33%)
- Да, Вы уверены, что поступите так в ближайшем будущем (17%)
- Скорее да, Вам кажется, что Вы смогли бы так поступить при определенном стечении обстоятельств (35%)
- Скорее нет, Вы сомневаетесь, что у Вас получится (8%)

- Нет, у Вас возникало подобное желание, но Вы уверены, что не добьетесь успеха (5%)
- Нет, Вы категорически против подобного решения (2%)

Блок 5

- 1.* Планируя путешествие, Вы скорее предпочтете...
 - Отправиться в поездку с семьей/друзьями/знакомыми (85%)
 - Путешествовать в составе организованной туристической группы (0%)
 - Свободное и независимое путешествие в одиночестве (15%)
- 2.* Насколько Вас интересуют возможности, предоставляемые программами академической мобильности и студенческого туризма?
 - Вы уже участвовали в подобных программах и планируете попробовать снова (7%)
 - Вас интересуют возможности подобных программ, и Вы собираетесь принять в них участие (53%)
 - Вы много слышали об этом, однако сомневаетесь в своих возможностях (18%)
 - Вас не интересуют подобные программы (22%)
- 3.* Если в результате Вы получите равнозначные дипломы о высшем образовании, то какую форму обучения Вы выберете?
 - Очную (83%)
 - Заочную (8%)
 - Онлайн-курсы/дистанционное обучение (9%)
- 4.* В будущем Вы хотели бы...
 - Свободно путешествовать, не ограничивая себя обязательствами, местом жительства/работы (23%)
 - Иметь семью, дом/квартиру, успешную карьеру в Томске (10%)
 - Совмещать работу, семейные отношения и путешествия (52%)
 - Переехать жить в другой город/страну (15%)
- 5.* Знаете ли Вы что-либо о цифровых кочевниках (digital nomads)?
 - Да, Вы много слышали о них и хотели бы жить подобным образом (2%)
 - Да, и Вы считаете себя одним из них (0%)
 - Да, Вы что-то слышали о них, но располагаете лишь небольшим количеством информации (16%)
 - Нет, Вы абсолютно точно ничего об этом не слышали (82%)

Благодарим Вас за участие в исследовании!



²⁰² https://www.instagram.com/panda_yaponskaya/

Уважаемый пользователь! Обращаем ваше внимание, что система «Антиплагиат» отвечает на вопрос, является ли тот или иной фрагмент текста заимствованным или нет. Ответ на вопрос, является ли заимствованный фрагмент именно плагиатом, а не законной цитатой, система оставляет на ваше усмотрение.

Отчет о проверке № 1

дата загрузки: 22.06.2016 09:59:37
пользователь: prsovet@psy.tsu.ru / ID: 3366555
отчет предоставлен сервисом «Антиплагиат»
на сайте <http://www.antiplagiat.ru>

Информация о документе

№ документа: 50
Имя исходного файла: Дипломная работа_Сучкова.pdf
Размер текста: 2337 кБ
Тип документа: Не указано
Символов в тексте: 401542
Слов в тексте: 47664
Число предложений: 2036

Информация об отчете

Дата: Отчет от 22.06.2016 09:59:37 - Последний готовый отчет
Комментарии: не указано
Оценка оригинальности: 98.36%
Заимствования: 1.64%
Цитирование: 0%



Оригинальность: 98.36%
Заимствования: 1.64%
Цитирование: 0%

Источники

Доля в тексте	Источник	Ссылка	Дата	Найдено в
0.26%	[1] не указано	http://shr.receptidocs.ru	17.04.2014	Модуль поиска Интернет
0.17%	[2] Социология	http://lomonosov-msu.ru	раньше 2011 года	Модуль поиска Интернет
0.16%	[3] УРОВЕНЬ РАЗВИТИЯ НАУЧНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА В РЕГИОНАХ РОССИИ	http://cyberleninka.ru	09.10.2015	Модуль поиска Интернет

