



**CONNECT
UNIVERSUM
2018**

МАТЕРИАЛЫ
IV Международной трансдисциплинарной
научно–практической WEB–конференции
«CONNECT–UNIVERSUM–2018»

**ЦИФРОВОЙ
БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ
ТЕРРИТОРИЙ: ГЛОБАЛЬНЫЙ
И ЛОКАЛЬНЫЙ АСПЕКТЫ**

29–30 ноября 2018 года



**Национальный исследовательский
Томский государственный университет
Кафедра социальных коммуникаций**

ОРГАНИЗАЦИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОСТРАНСТВ 4.0 КАК УСЛОВИЕ ВЫСОКОГО КАЧЕСТВА ЖИЗНИ ЧЕЛОВЕКА ЦИФРОВОЙ ЭРЫ

И.П. Кужелева-Саган, д-р филос. наук, профессор, Национальный исследовательский Томский государственный университет (Томск, Россия). E-mail: ipsagan@mail.ru

Аннотация. Под «социальным пространством 4.0» понимается объективно или условно локализованное пространство, обладающее рядом соответствующих характеристик. Код «4.0» предполагает отсылку к Четвертой промышленной революции (Клаус М. Шваб). В зависимости от конкретных задач спектры функций социальных пространств 4.0 разных типов могут отличаться. При этом неизменной остаётся собственно социальная функция такого пространства, обеспечивающая удовлетворение одной из базовых психологических потребностей человека – потребности в социальных коммуникациях. Социальные пространства 4.0 призваны минимизировать «токсичность» цифровой среды, угрожающей человеку потерей культурной идентичности и разрывом социальных связей. Организация таких социальных пространств (плейсмейкинг) становится важным фактором сохранения материального и нематериального наследия и привлечения на территорию городов наиболее мобильных групп населения.

Ключевые слова: социальное пространство 4.0; социальные коммуникации; гибридная онтология; многофункциональность; качество жизни; мобильность; цифровые кочевники; риски цифрового сетевого общества; плейсмейкинг.

Современное цифровое общество с его глобализацией, сетевизацией, сверхтехнологизацией и супер-мобильностью является обществом высочайших рисков. С одной стороны, оно предоставляет человеку новые технологические возможности, делающие его жизнь комфортнее и «проще»; с другой, обрекает его на поиск решения сложнейших проблем, которых он не знал раньше; и несёт прямую угрозу его психологическому здоровью. Среди таких проблем и рисков следует отметить, прежде всего, гибридный характер самой онтологии цифрового сетевого общества, стирающий границы между реальным и виртуальным и ведущий к массовой «цифровой шизофрении»: «неупорядоченному состоянию психической деятельности, вызванному напряженностью между искусственным настоящим, созданным цифровыми бомбардировками, и подлинным настоящим, гармонично живущего человека» (Д. Рашкофф) [1]; размывание и полную утрату личностью своей культурной идентичности; невозможность 100%-й идентификации коммуниканта (человека или робота) в виртуальном общении (С. Гарфинкель) [2]; разрушение подлинных социальных связей и «вынужденное» одиночество при наличии огромного количества «друзей» в социальных сетях; обеднение эмоциональной сферы в процессе восприятия, преимущественно, цифровых копий вместо реальных объектов и подлинных произведений искусства и др. Таким образом, качество жизни человека в цифровую эпоху характеризуется двойственностью: удовлетворение материальных потребностей несомненно, растёт; а социальных и духовных – падает.

Для обеспечения высокого качества жизни в его социальном и духовном аспектах, необходимо задействовать соответствующие факторы. Важнейшим из них является целенаправленная организация высокотехнологичных и многофункциональных социальных пространств как «заповедных зон» или «полей» не только виртуального, но и реального присутствия, в которых не киборг, но человек в коммуникациях с другими людьми сможет реализовать свои социальные и духовные потребности (У. Митчелл) [3].

Первые попытки исследований условий организации и функционирования таких социальных пространств были осуществлены в 1990-х в Лаборатории медиа MIT (MIT Media Lab). В настоящее время одним из мировых лидеров в области таких исследований является Институт управления пространством (Institute of Place Management – IPM, Manchester, UK). В России обозначенная проблематика, несмотря на её высокую актуальность, до сих пор системно не изучалась (разрабатывались только отдельные её аспекты в рамках международно-

го образовательного проекта «Стрелка» и некоторых образовательных курсов НИУ ВШЭ). Однако с недавнего времени она стала предметом междисциплинарного исследования, осуществляемого учеными кафедры социальных коммуникаций и лаборатории гуманитарных новомедийных технологий Национального исследовательского Томского государственного университета (ТГУ) в сотрудничестве с ИРМ.

Особенностью этого исследования является понимание социального пространства в условиях современного сетевого цифрового общества как социального пространства 4.0 (СП4.0). Код «4.0» предполагает отсылку к Четвертой промышленной революции (4ПР) (К. Шваб) [4] как прогнозируемому событию, связанному с массовым внедрением киберфизических систем в производство, науку и образование; а также сферу обслуживания человеческих потребностей, включая быт, труд и досуг. Отсюда социальное пространство 4.0 – это объективно или условно локализованное пространство, обладающее рядом характеристик, среди которых: гибридная онтология, социальность, многофункциональность, высокая технологичность, ценностно-смысловая наполненность, открытость, аттрактивность, мобильность, креативный дизайн, комфортность. Коротко поясним каждую из них:

1) Гибридная онтология является порождением технологий цифровой эпохи и новейших достижений 4ПР – виртуальной реальности (Virtual Reality, VR), дополненной реальности (Augmented Reality, AR), (Mixed Reality, MR), (All Reality, AI), интернета вещей (Internet of Things, IoT), искусственного интеллекта (Artificial Intelligence, AI) и др. Эта онтология характеризуется отсутствием четких границ между реальным и виртуальным, цифровым и аналоговым, природным и искусственным (Б. Латур, К. Шваб, Ф. Брей, Ш. Тёркл, Н. Хэйлис, Д. Харавэй и др.) [4–9].

2) Социальность или социально-коммуникативная сущность СП4.0 – это его имманентная направленность на завязывание социальных контактов как одну из базовых психологических потребностей людей (Э. Деси, Р. Райан) [10], его способность порождать сообщества.

3) Многофункциональность по отношению к СП4.0 имеет два значения: а) способность социального пространства выполнять различные функции: социальность, управленческие, образовательные, просветительские и другие; б) изменяемость инфраструктуры и планировки социального пространства под различные задачи и функции.

4) Высокая технологичность – обеспечение доступа пользователей СП4.0 к самым современным информационным и цифровым технологиям, мобильной связи и т.д.

5) Ценностно-смысловая наполненность – способность СП4.0 постоянно генерировать смысловую коммуникацию (Н. Луман) [11], в процессе которой происходит коэволюция различных типов ценностей – традиционных и инновационных, носителями которых являются пользователи этого пространства.

6) Открытость проявляется во включенности СП4.0 в городскую среду и глобальную Сеть (интернет) и его доступности для окружающих и интернет-пользователей.

7) Аттрактивность – свойство СП4.0 притягивать к себе уже имеющихся и потенциальных пользователей и быть для них «местом аффекта», вызывая у них «чувство аффекта» и «пространственную привязанность» и играя существенную роль в переживании культурной идентичности (Ф. Лефевр, Дж. Урри) [12, 13], посредством уникальных природных и искусственных, реальных и виртуальных объектов и артефактов, расположенных в данном СП4.0 (редких растений, памятников, археологических находок и т.д.).

8) Мобильность – способность СП4.0 выступать в качестве той или иной конфигурации движущихся объектов и сред (например, структурированных маршрутов); а также его способность «путешествовать» по социальным сетям и интернету, а в конечном счете, по всему миру, посредством распространения соответствующего контента (текстового, визуализированного и пр.) (Дж. Урри) [13].

9) Креативный дизайн – оформление интерьера/экстерьера СП4.0 на основе какой-либо творческой, нестандартной (уникальной) идеи, вызывающее у его пользователей восхищение и желание находиться в этом пространстве.

10) Комфортность – соответствие СП4.0 международным и национальным стандартам организации социальных пространств (по безопасности, экологии, инклюзивности, общественному питанию, доступности информационных ресурсов и т.д.), его направленность на удовлетворение всех основных базовых человеческих потребностей и способность вызывать положительные психологические и физиологические ощущения у всех его и пользователей.

В зависимости от конкретных задач (образовательных, научных, культурно-просветительских, потребительских, предпринимательских и пр.) функции социальных пространств 4.0 разных типов могут отличаться. При этом неизменной остаётся собственно социальная функция такого пространства, обеспечивающая удовлетворение одной из базовых психологических потребностей человека – потребности во взаимосвязи с другими людьми (т.е. в социальных коммуникациях). Таким образом, социальные пространства 4.0 призваны минимизировать/нейтрализовать «токсичность» цифровой среды, угрожающую человеку потерей культурной идентичности и разрывом социальных связей.

Подобные пространства, как элементы антропогенной среды, могут создаваться и автономно, и внутри других, более масштабных - открытых и закрытых - пространств: уличных, кампусных, музейных, библиотечных, торговых, выставочных и т.д. Здесь возникают принципиально новые схемы взаимодействия между территорией (регионом, городом, районом, кварталом), её жителями и цифровыми технологиями. Например, как показывает опыт Центральной библиотеки Манчестера (Manchester Central Library, UK, <http://www.archives-plus.org>), соответствующим образом сконструированные и «наполненные смыслами» высокотехнологичные многофункциональные социальные пространства приводят к формированию новых городских сообществ по интересам с устойчивыми характеристиками самоорганизации и потребностями не только в виртуальном, но и реальном межличностном общении.

Кроме того, отвечающие современным требованиям к экологии и дизайну, социальные пространства 4.0 способны дать и серьёзный экономический эффект, привлекая на территорию наиболее мобильные группы населения: студентов, туристов, предпринимателей, инвесторов, приглашенных специалистов, трудовых мигрантов, цифровых кочевников/номадов (digital nomads) (Ц. Макимото, Д. Мэннерс) [14].

Чтобы социальные пространства работали с полной отдачей в части удовлетворения различных социальных и духовных потребностей людей, параллельно становясь еще и факторами экономического развития территорий, необходимы знания закономерностей их проектирования, организации, функционирования и влияния на людей в контексте гибридной онтологии и мобильности цифрового общества и их продвижения как органичных составляющих брендов территории. Такие знания могут быть получены только в процессе научных исследований с позиций широкого междисциплинарного подхода.

Результаты подобных исследований и внедрение их в практику позволят включить в архитектуру цифрового общества большее количество высокотехнологичных и многофункциональных социальных пространств 4.0, улучшающих качество жизни человека за счет создания комфортных условий для его успешной социализации и самореализации; а также повышающих привлекательность территорий, становясь частью их бренда для различных целевых аудиторий.

Литература

1. Rushkoff D. Present Shock: When Everything Happens Now. New York: Current, 2013.
2. Гарфинкель С. Все под контролем: Кто и как следит за тобой. Пер. с англ. Екатеринбург: У-Фактория, 2004.
3. Митчелл У. Я++: Человек, Город, Сети. М.: Strelka Press, 2012.
4. Шваб К. Четвертая промышленная революция. М.: Эксмо, 2016.
5. Latour B. Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory. OUP Oxford, 2007.
6. Brey P. The Epistemology and Ontology of Human-Computer Interaction // Minds and Machines. November 2005. Vol. 15, is. 3-4. P. 383-398.
7. Turkle S. The second self: computers and the human spirit. Cambridge; Massachusetts; London: The MIT Press, 2005.

8. Hayles N.K. My mother was a computer: digital subjects and literary texts. University of Chicago Press, 2005.
9. Haraway D. A Manifesto for Cyborgs: Science, Technology, and Socialist Feminism in the 1980s // *Socialist Review*. 1985. Vol. 15, 2 (March-April). P. 65–107.
10. Deci E.L., Ryan R.M. The “what” and “why” of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior // *Psychological Inquiry*. 2000. № 11. P. 227–268.
11. Luhmann N. Social systems. Stanford: Stanford University Press, 1995.
12. Lefebvre H. The Production of Space. (D. Nicholson-Smith, Ed.). Oxford: Blackwell Publishing, 1991.
13. Urry J. Mobilities. Oxford: Polity Press, 2007.
14. Makimoto T., Manners D. Digital Nomad. John Wiley & Sons, 1997.

PLACEMAKING 4.0 AS A CONDITION FOR THE HIGH QUALITY OF HUMAN LIFE IN THE DIGITAL ERA

Irina P. Kuzheleva-Sagan, Doctor of Philosophy, Tomsk State University (Tomsk, Russia).

DOI: 10.17223/9785946218597/22

Abstract. Placemaking refers to the processes that constitute Place. Placemaking recognizes that places are not only the products of planning, but also the outcomes of complex social relations. It is based on an understanding of place as a relational social construct. Social place 4.0 has a number of relevant characteristics. The 4.0 code refers to the Fourth Industrial Revolution (K.Schwab). Depending on specific goals, Places 4.0 may differ in functions. The only permanent function of such a place is social, which satisfies one of the basic human psychological needs for social communications. Places 4.0 are aimed at minimizing or neutralizing the ‘toxicity’ of the digital environment that threatens the humans with loss of cultural identity, and broken social connections. In addition, they become factors of keeping the intangible and tangible heritage, and attract the most mobile groups in society, including digital nomads.

Key words: social place 4.0; placemaking; social communications; hybrid ontology; multifunctionality; quality of life; mobility; digital nomads; digital network society risks.