

ФЕНОМЕН СОЦИАЛЬНОГО ТВОРЧЕСТВА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОЙ ЦИФРОВОЙ СРЕДЫ

Д. А. Устюжанина

Сибирский федеральный университет

Поступила в редакцию 30 сентября 2020 г.

Аннотация: в статье рассматривается место социального творчества в виртуальном сетевом пространстве. Дано определение социального творчества как деятельности, направленной на преобразование общественно-пространства и общественных отношений, выделены виды субъектов социального творчества, проанализированы его последствия на личном и социальном уровнях. Выявлено, что в онлайн-среде можно наблюдать три типа социально-творческих практик: производство цифровых артефактов, гражданскую активность и создание социальных образцов.

Ключевые слова: социальное творчество, интернет, онлайн-среда, субъектность, виртуальное пространство.

Abstract: this article discusses the phenomenon of social creativity in the virtual network sphere. The author defines the term "social creativity" as an activity aimed at transformation of social space and relations, examines types of creative subject, analyzes the consequences of this activity on a personal and societal level. The study has identified three groups of social creative practices such as the production of digital artifacts, civic engagement and the creation of social patterns.

Key words: social creativity, internet, online sphere, virtual space, personhood.

Среда социального бытия современного человека во многом определяется развитием информационно-коммуникационных технологий, которые обеспечивают сети связей и глобальных взаимодействий. Одним из вызовов, встающих в этих условиях перед индивидом, становится включение в новую среду и построение в ней своего цифрового существования. Ее изменчивость, гибкость, горизонтальная организация подталкивают пользователей к проявлению социально-творческой активности, поскольку через нее возникают новые виды деятельности, формы социальных отношений, нормы. Вовлечение в креативные практики (от создания цифровых артефактов до участия в общественных онлайн-движениях) может быть способом, с помощью которого индивид присоединяется к виртуальной социальной жизни, заявляет о себе в глобальном цифровом пространстве. Таким образом, требует нового осмысления феномен социального творчества в цифровой коммуникационной среде.

Социальное творчество: границы понятия

Творческая деятельность присуща человеку в силу его природы, внутри которой заложено, в том числе, и стремление к преобразованию окружающей действительности. В самом широком смысле творчество по-

нимается как создание нового, прежде не бывшего. Иными словами, как заключает С. Л. Франк, задача творца – «создание новых форм бытия, новых воплощений идеальных начал, таящихся в его духе» [1]. Творческая деятельность наделяется такими характеристиками, как новизна, социальная значимость, интуитивность, уникальность, эмерджентность. С творческим актом также связывается обретение субъектности, осуществления себя в мире, поскольку индивид выступает активным участником социальных отношений, создателем и созидателем вещей (артефактов, образов, практик), возникающих по его воле и в результате воплощения его замысла. По выражению Выготского, процесс творчества делает человека «существом, обращенным к будущему, созидающим его и видоизменяющим свое настоящее» [2].

Ряд исследователей (И. Т. Касавин, В. М. Розин, К. Негус, М. Пикеринг) постулируют коммуникативную природу творчества и показывают, что оценка новизны, подлинности и значимости продукта креативной деятельности происходит только тогда, когда он погружен в социальный контекст, когда возникает диалог между автором и его аудиторией. Как заключают К. Негус и М. Пикеринг, творчество – «это интересубъективный и интерактивный диалог, который объединяет участников в процессе интерпретации, обмена взглядами и постижения сути этого опыта» [3].

Социальное творчество, наряду с научным, художественным, техническим и другими, является одним из видов креативной деятельности. Оно определяется как деятельность, направленная на изменение или создание качественно новых общественных отношений, а также на поиски новых способов сохранения их стабильности [4]. Согласно Ю. М. Резнику, социальное творчество является одной из трех форм изменений, ведущих к трансформации общества, наряду с социальным участием и социальным служением [5].

Анализ социально-творческих практик должен начинаться с ответа на вопрос, кто является их субъектом, кто посредством их осуществляет себя в мире. Поиск решения наталкивается на широкое поле дискуссий. Так, А. Н. Миннуллин указывает, что «на макроуровне субъектом социального творчества является общество, на микроуровне – индивид, совершающий элементарные творческие акты» [6]. В ряде работ советского времени постулируется исключительно коллективный характер социального творчества [7–8]. Е. В. Лесниковская относит к субъектам социального творчества инициативных граждан, должностных лиц, коммерческие и некоммерческие организации [9].

В англоязычной традиции обнаруживается то же разнообразие взглядов. В обзорной работе Э. Уотсон, посвященной анализу источников о социальном творчестве 1980–2000-х гг., выделены несколько позиций по поводу акторов креативной деятельности. Субъектами могут выступать: индивиды как самостоятельно действующие творческие личности, индивиды – участники творческого процесса внутри коллективов, группы и организации [10]. Уотсон выделяет два типа индивидуальных акторов: тех, кто занят творчеством вне каких бы то ни было общностей, и тех, кто

осуществляет творчество во взаимодействии с другими. Последний тип отличается от субъекта-команды тем, что индивид преследует собственную цель, и другие нужны ему для того, чтобы вести диалог, а не для того, чтобы прийти к совместному результату.

Можно заключить, что социальное творчество допускает как индивидуального, так и коллективного субъекта, причем в качестве последнего могут выступать организованные и неорганизованные сообщества, социальные группы, движения.

Продуктом социального творчества, как мы уже указывали, являются изменения социальных отношений, которые могут выражаться в возникновении новых норм или практик. Кроме того, целесообразным представляется выделить эффекты или последствия социального творчества на уровне индивида и на уровне общества. Личностно значимые последствия социального творчества можно ассоциировать с трансформациями самого субъекта креативной деятельности. Воздействуя на окружающую его действительность, индивид переходит из позиции наблюдателя в позицию участника или даже творца социальных процессов, расширяет пределы своего социального бытия и своего опыта, обнаруживает свое место в мире.

Социетальный уровень эффектов может быть описан через модель социокультурного поля, предложенную П. Штомпкой. Ее образуют четыре типа сетей: идей, правил, действий и интересов, каждая из которых претерпевает постоянные изменения. Они включают в себя: «1) артикуляцию, легитимизацию или переформулирование идей, возникновение и исчезновение идеологий, убеждений, доктрин и теорий; 2) институализирование, пересмотр норм, ценностей, правил или отказ от них; возникновение и исчезновение этических кодов, правовых систем; 3) выработку, дифференциацию и переформирование каналов взаимодействия, организационных или групповых связей; возникновение или исчезновение групп, кругов общения и личностных сетей; 4) кристаллизацию, утверждение и перегруппировку возможностей, интересов, жизненных перспектив, подъем и падение статусов, распределение и упорядочение социальных иерархий» [11]. Всё это может быть экстраполировано на последствия социального творчества индивидов и коллективов.

Социальное творчество в контексте цифровой виртуальной среды

Развитие информационно-коммуникационных технологий открывает пользователям сети новое пространство для социального творчества – виртуальную среду, которая не подменяет собой реальность, но дополняет и расширяет ее, продолжает различные сферы социальных практик и взаимодействий. С одной стороны, в глобальной сети индивиды лишены физического присутствия, и в их распоряжении лишь виртуальные способы заявлять о своем существовании. С другой стороны, доступность, технологичность, разнообразие контента интернет-пространства, наличие в нем сообществ с общими интересами и целями дают пользователю широ-

кое поле для вдохновения и пробы собственного творчества. Относительная новизна, изменчивость, анонимность, игровая природа виртуальной среды выступают, по всей видимости, катализаторами творческого процесса. Это подтверждают и позиции ряда исследователей. В частности, Д. Полфри и У. Гассер видят за распространением интернета подлинный «взрыв креативности», в результате чего цифровое поколение оказывается вовлечено в «создание информации, знания, развлечений в онлайн-среде» [12]. Г. Кардозо связывает творчество пользователей с их вовлеченностью в горизонтальные сети коммуникаций, когда желание получить признание в сообществе мотивирует индивида производить уникальный контент [13]. Й. Бенклер обнаруживает, что участие пользователей в креативных практиках является характеристикой сетевой публичной сферы и приводит к росту автономности, самостоятельности личности [14].

Социально-творческие практики, как индивидуальные, так и коллективные, в новых медиа могут быть условно разделены на три группы, как то: производство цифровых артефактов, гражданская активность и создание социальных образцов. К производству цифровых артефактов относятся публикация собственного фото- и видеоконтента для социальных сетей, конструирование цифровой личности в персональных аккаунтах, создание и распространение мемов. Они позволяют индивиду выстроить цифровой нарратив о самом себе в виртуальном пространстве.

С гражданской активностью связаны практики участия в общественных кампаниях, краудсорсинг, выражение поддержки и солидарности (например, по поводу трагических событий), размещение и подписание петиций, независимые расследования, сбор и публикация открытых данных. Через такую деятельность пользователь выражает свою коллективную идентичность, заявляет о причастности к той или иной общности, манифестирует свою гражданскую позицию.

Наконец, в число практик создания норм и образцов можно включить, иногда стихийный, генезис правил сетевого этикета, появление ритуалов (смена аватара в профиле на социальной сети в знак солидарности), развитие стратегий, позволяющих регулировать доступ посторонних к информации о частной жизни, которой делится пользователь. Это упорядочивает коммуникацию и взаимодействия индивидов в виртуальной среде, давая каждому вовлеченному в нее набор понятных рецептов, как себя вести в различных социальных ситуациях.

В общих чертах можно констатировать, что первая группа выделенных нами практик конструирует культурное содержание, вторая – политическое, третья – социальное. Таким образом, на индивидуальном уровне социальное творчество становится инструментом, с помощью которого пользователь глобальной сети говорит о себе другим, включает-ся в виртуальное пространство, адаптируется к нему и действует в нем. Среда интернета ограничивает физическое присутствие пользователя, и, фактически, единственным способом заявить о своем присутствии в цифровом пространстве остается текст. Именно через него раскрывает-

ся потенция осуществления индивида в онлайн как субъекта, который, в понимании П. Рикёра, «способен коммуницировать, вмешиваться в ход вещей, формировать собственную идентичность и быть автором собственных поступков» [15].

На социентальном уровне такое творчество выступает двигателем перемен и трансформаций. Как отмечает В. П. Главеню, «если устарели прежние решения или возникли новые проблемы, творчество призвано добавлять, изменять, обогащать, упрощать или просто украшать мир. Не только несколько великих творцов играют роль в этом процессе, но каждый из нас. Если культура – это “открытая и сложная система” (Lier, 2001, р. 7), тогда даже малейшее творческое действие вносит вклад в системную динамику и, в конце концов, именно такие “маленькие акты обычной креативности, которые сплетают и расплетают структуру, что делает социальную жизнь возможной” (Bateson, 1999, р. 153)» [16].

Сегодня, когда пандемия коронавируса заставила половину населения мира перейти в режим самоизоляции, новые медиа окончательно вышли за пределы средства общения близких и коллег друг с другом. Мы можем наблюдать, как результаты социального творчества в цифровой среде появляются на наших глазах. В цифровую среду перенесены деловые и образовательные коммуникации, покупки, спортивные соревнования, культурные мероприятия, выставки, экскурсии. Людям пришлось заново изобрести способы проведения деловых встреч, способы организации образовательного процесса, правила посещения музеев и театров. Онлайн-пространство обогащается практиками взаимной поддержки, совместных действий, вроде концертов или массовых челленджей, когда пользователи создают живые картины, делают физические упражнения или создают костюмы из подушек. Ситуация пандемии привела и к большей открытости международных и государственных организаций, поскольку данные о распространении заболевания публикуются практически в реальном времени, а на их основе активисты создают платформы, которые делают доступ к этой информации всё более удобным и простым.

Мы далеки от убеждения, что социально-творческие практики в сети охватывают всех пользователей, напротив – их участниками становятся лишь наиболее активные. Однако именно они формируют то, что может быть названо социокультурным контуром глобальной сети, превращая ее в живое и постоянно меняющееся виртуальное пространство, которое всё меньше может быть отделено от реального.

Литература

1. Франк С. Л. Реальность и человек : метафизика человеческого бытия : монография / С. Л. Франк. – М., 2016. – 557 с.
2. Выготский Л. С. Воображение и творчество в детском возрасте / Л. С. Выготский. – М., 1991. – 96 с.
3. Пикеринг М. Креативность. Коммуникация и культурные ценности : монография / М. Пикеринг, К. Негус. – Харьков, 2011. – 300 с.

4. Французова Н. П. Принцип историзма и социальное творчество / Н. П. Французова // Теория и методология творчества : итоги и перспективы : сб. статей. – М., 2000.

5. Резник Ю. М. Понятие «социальное» в современной философии и науке / Ю. М. Резник // Вопросы социальной теории. – 2008. – Т. II, вып. 1 (2). – С. 88–111.

6. Миннуллин А. Н. Социальное творчество и роль субъект-объектной интерференции : дис. ... канд. филос. наук / А. Н. Минуллин. – Казань, 2003. – 153 с.

7. Бенин В. Л. Социальное творчество в историческом процессе : дис. ... канд. филос. наук / В. Л. Бенин. – М., 1984. – 173 с.

8. Диалектика и теория творчества : монография / С. С. Гольдентрихт [и др.]. – М., 1987. – 200 с.

9. Лесниковская Е. В. К вопросу о субъектности социального творчества / Е. В. Лесниковская // Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире. – 2013. – № 3 (4) – С. 77–79. – URL: http://elibrary.ru/download/elibrary_21093173_55430886.pdf

10. Watson E. Who or what Creates? A conceptual framework for social creativity / E. Watson // Human Resource Development Review. – 2007. – № 6 (4). – P. 419–441.

11. Штомпка П. Социология социальных изменений : монография / П. Штомпка. – М., 1996. – 416 с.

12. Palfrey J. Born Digital : Understanding the First Generation of Digital Natives / J. Palfrey, U. Gasser. – N. Y. : Basic Books, 2008. – 384 p.

13. Cardoso G. From Mass to Networked Communication : Communicational models and the Informational Society / G. Cardoso // International Journal of Communication. – 2008. – № 2. – P. 587–630.

14. Benkler Y. The Wealth of Networks / Y. Benkler. – New Haven and London : Yale University Press, 2006. – 527 p.

15. Рикёр П. История и истина / П. Рикёр. – СПб., 2002. – 400 с.

16. Amateurs online : Creativity in a community / V. P. Glăveanu, J. Van Dijk, Y. Van Dijk, M. R. Lee, & T. T. Chen // Journal of Creative Behavior. – 2015. – № 41 (1). – P. 165–180.