

СЛОВО – МОЛОДЫМ ИССЛЕДОВАТЕЛЯМ

УДК 159.9

*Валиева Г.М., студент
ФГБОУ ВО «БГПУ им. М. Акмуллы»
(Уфа, Россия)*

К ВОПРОСУ ГЕНЕЗИСА ГИК-КУЛЬТУРЫ

Гик-культура берет свое начало от современной потребительской культуры, стирающей социальные различия людей. В данной культуре первоначально как основа была заложена коммерческая составляющая. Тем самым, из-за активации в качестве маркетингового хода, гик-культура стремительно начала приносить огромный доход: в сферах бизнеса и политики сразу же обозначили ее как источник прибыли, таким образом прекратив существование факта некоторой обособленности гиков. Собирая в себе особенности нескольких субкультур, гик-культура, с учетом характерных для нее особенностей коммуникации, стремительных темпов, с которыми она развивается, всеобъемлемости охвата своих участников, минимального порога вхождения, неограниченных ресурсов компьютерных технологий, перестает быть субкультурным феноменом и становится суперсубкультурой. Таким образом, она имеет характеристики постсубкультурной теории.

В настоящую цифровую эпоху происходят изменения культурной идентичности, когда на смену обширным идентичностям, таким как, к примеру, расовые, национальные, идеологические, приходят структуры малых идентичностей. Также данные структуры присутствуют и в сфере субкультур, так как основные их принципы функционирования тоже подлежат изменениям. Следует отметить, что, во-первых, в настоящее время в обществе приобретают заметность даже исключительно немногочисленные и не объединенные географически субкультуры. Во-вторых, увеличивается их объединение друг с другом, идет образование межкультурных связей малых субкультур. В-третьих, в неразделимом с точки зрения мировоззрения широком социальном пространстве именно субкультуры могут сохранять в себе определенную ментальную целостностную структуру. Именно поэтому в наше время настает этап так называемой кристаллизации суперсубкультур – всеохватывающего слияния небольших субкультур в единое образование, в основе которых лежат базовые принципы, какими в примере с гик-культурой могут быть: базовая мотивация, содержательные черты социально-культурного действия, связь с определяющими успешности в социальной жизни [6]. Приверженцы постсубкультурного подхода как альтернативу определения «субкультура» предлагают

такие термины, как «сети», «каналы», «субпотoki», «стратегии» и т.д. Важнейшим показателем постсубкультурного подхода показывается смешение субкультурных черт.

Гик-культура не является актуальной с точки зрения государственных институтов. Мир политики и мир гиков формируются ортогонально: один в видимой структуре, а другой скрыт где-то внутри. Но переход из внутренней стороны мира вовне усилился, появляются различные инновации во всех сферах, в том числе экономической, которые создали вчерашние гики. Благодаря этому креативному классу развивается как наша страна, так и мир в целом [5; 223]. У гик-культуры существует особая близкая и развивающаяся взаимосвязь с общим культурным преобладающим направлением: от прямого противоречия до представления и, затем, вновь – противостояния [7]. В начале своего формирования основной мировоззренческий посыл гиков заключался в том, чтобы явить оппозиционную альтернативу общим культурным веяниям, избегать социальных дискуссий, спрятаться в виртуальности, формировать идентичность лишь на основе видеоигр, позиционируя себя как обособленных избранных и разделяя виртуальное комьюнити на своих и чужих, исходя из принципа принадлежности к увлеченности конкретными видеоиграми или комиксами. В это же время, на пути своего становления гики считались как изгоями в коллективах, ощущали собственное различие от других, коммуникативную изолированность и неприятие, но все эти негативные проявления замещались виртуальной реальностью выдуманного мира, в который они могли погрузиться благодаря интернету. Такое занятие давало возможность почувствовать сильные яркие эмоции без необходимости выходить из зоны комфорта. Гик без сопротивлений выводил себя из определенной социальной среды, существовал за рамками общего направления, и это являлось вызовом действительности [5].

Тем не менее, стандартное восприятие обществом такого понятия, как «гик» создает вокруг него атмосферу популярности, что является создателем подобного эффекта. Тем самым, доказывается факт, что суперсубкультура образует маркеры формирования общей массовой культуры, при этом сохраняя положение некой суперпозиции касательно основных тенденций. Необходимо признать факт того, что в еще 90-х годах XX века относилось к увлечениям гик-сообщества, теперь приобретает массовые веяния, становясь гигантским течением потребления, способным подхватить для любого желающего. Интернет же, ранее предоставленный исключительно немногочисленным специалистам, приобретает открытость для каждого человека; направленные на узкую аудиторию комиксы и сериалы становятся в главными

блокбастерами; технические возможности и гаджеты из научной фантастики превращаются в повседневную обыденность.

Подводя итоги, гик-культура обуславливается в качестве прогрессивной суперсубкультуры, ввиду возможности интеграции большого числа различных субкультурных направлений сообщества, которые подчинены стандартному темпу формирования субкультуры, тем самым становясь одной из социально-культурных причин развития свободного информационного общества.

Несмотря на всеобщую универсальность гик-культуры, всё же имеются ее национальные различия и в том числе специфика касательно российского общества. По-видимому, являясь порождением эпохи всеобщей компьютеризации, гик-культура может относиться к тенденции, где единство преобладает над динамическим разделением; где обобщенность имеет приоритет над уникальностью. Тем не менее, в гик-сообществе имеют место быть некоторые различия с точки зрения ментальности и национальной специфики. На наш взгляд, они в первую очередь связаны с темой и героизмом предпочтений как отражение аксиологического образа мира конкретной национальной культуры – это первое. Второй – с основами, траекторией и хронологией географической культуры на разных национальных почвах [11; 49].

Однако этот контекст еще не разработан, как и западный опыт. Траектория развития культуры гиков в России стала более отрывистой, с десятилетиями «спокойной жизни» до начала XXI века; потребовалось примерно десятилетие для входа в глобальные тенденции в 2000-х годах и «взрывных» темпов развития в 2010-х годах; техническая (в меньшей степени участие населения в технических новшествах), а также духовная и ценностная (глубокие корни классических форм русской культуры, прочно "переплетенные" в ткань массового сознания россиян) и др. [8].

Гик-культуру можно рассматривать как маркер современных социальных процессов, связанных с самовыражением, индивидуальной автономией, культурным разнообразием, ориентированным на потребление. Это посттрадиционная форма субкультурных образований, коллективное единство в пространстве конкретного мира, диктующее свои собственные нормы поведения, отличные от норм повседневной жизни. Носитель культуры гиков всегда вовлечен не только в потребление, но и в создание культурных и технических продуктов, связанных с вариантом гик-культуры, к которому он придерживается. В этом смысле гик является и создателем, и потребителем, и объектом, и субъектом, и персонифицированным, и анонимный-коллективным автором. В

такой гармонии есть уникальная специфическая сущность гик-культуры и ее последователей.

Кроме того, причину размытия границ гик-культуры поможет определить понятие П. Бурдые «инкорпорированный класс». Инкорпорированный класс – это группа с общим отношением, подобным восприятием мира, вдохновленная харизматичным лидером. Эта группа формируется за счет естественных устремлений, таких как слияние духа [9, С. 323].

Если природу естественного желания объединиться с духовно близкими людьми можно отнести к гик-культуре, образ жизни и взгляды которых совпадают, то «харизматического лидера» в обычном смысле в этой группе нет. Точнее, не в физическом пространстве. Как уже говорилось ранее, большинство взаимодействий между гиками происходит в виртуальности. Нет единой жесткой классификации сообщества гиков, ее количество может варьироваться (гики включают людей, которые заинтересованы в книжных мирах, настольных играх, аниме, высоких технологиях). Механизм самоидентификации гика, который является причиной того, что он тратит много времени и энергии на своё увлечение, отличается от обычного любителя (ведение блога, создание анимации, чтение комиксов, увлечение компьютерными играми и настольными играми) [12; 356].

Особенностью мировоззрения была общая идея, которая не является четко сформулированной идеологией, как это было в традиционных субкультурах. Основная идея выражается в желании быть самим собой, не ставя себя в жесткую основу нормальности [10]. Лидерами в гик-культуре были взяты сами интересы, способные стать какой-нибудь страстью для человека. Видеоигры, сериалы, фильмы, комиксы, персонажи и т. д. В гик-культуре применяется свой уникальный язык общения, где присутствует специфическая терминология (мерч, фанфик, фэндом, манга и др.). Для гик-культуры присуще наличие атрибутов, классифицирующих человека в мире гиков, но они не идентифицируемы для людей, которые не имеют представления о сообществе гиков. Например, брелоки в виде любимого персонажа, футболки с принтами. Несмотря на это, в Интернете гики могут легко узнать друг друга по ряду особенностей: аватары, сообщения и цитаты, связанные со страстью человека (видеоигры, сериалы, фильмы, комиксы, манга, аниме).

С развитием общества, а с ним и современных технологий появилось новое виртуальное пространство. В виртуализации стали применяться правила и нормы реальности, так же, как и в физическом пространстве, здесь человек должен был

приобрести новые способы представления себя, закрепить свою личность в новом мире. Но есть некоторые различия между виртуализацией и реальностью, на данном этапе необходимо более подробно изучить новые механизмы самореализации человека в виртуализации, чтобы лучше удовлетворить современные потребности общества, живущего неразрывно с виртуальным пространством [12].

Особенности, указывающие на принадлежность пользователя в социальной сети к культуре гиков – это фотографии, сообщества, страницы, публикации, а иногда и музыка. Но особенно выделяются группы и сообщения, именно по ним можно с уверенностью сказать, что человек любит, потому что именно через них просматриваются интересы реального человека. В принципе, эти пункты будут богаты мультфильмами, сериалами, фильмами о героях, комиксами, мангой, аниме, косплеем, коллекциями, видеоиграми и всем, что может понравиться гикам. Именно в виртуальном пространстве символический капитал прослеживается с большей точностью, так как не все специфические интересы гиков могут быть выражены в его внешнем виде, который является основой самопрезентации. А социальная сеть дает возможность представить свои увлечения другим в виде фотографий, постов/репостов, групп, а иногда и аудиозаписей.

В исследовании психологических причин вовлеченности в гик-культуру, проведенном учеными из Университета Джорджии (США) в 2015 году [1] было обнаружено, что вовлеченность в гик-культуру связана с повышенным нарциссизмом, экстраверсией, открытостью к переживаниям, депрессией и субъективным благополучием во многих сферах деятельности. Эти данные закладывают основу для дальнейшего изучения гик-культуры, а также служат основой для изучения других форм участия в субкультуре.

Несмотря на то, что гик-культура была предметом небольшого количества психологических исследований, культурологи и социологи начали описывать гик-культуру и приводить некоторые теоретических обоснования ее широкого распространения. Помимо нарциссического расстройства личности, нарциссизм – это личностная черта, характеризующаяся грандиозным ощущением себя, а также усилиями по поддержанию этого чувства себя перед лицом реальности. Нарциссы могут быть харизматичными, уверенными в себе и даже выступать в качестве эффективных лидеров, но сталкиваясь с неудачами или критикой в их сторону, нарциссы, как правило, защищают своё «Я» с помощью таких стратегий, как дискредитация источника критики и отказ от сложных задач в пользу более простых путей к самосовершенствованию [1].

Одним из решений для устранения этого диссонанса является уход в мир фантазий с помощью ролевых игр, фэндомов и фэнтези-медиа. Эти хобби открывают возможности для жизни грандиозного «Я» (например, с помощью роли мощного или харизматичного персонажа), что может являться невозможным в мире без фантастики. И, конечно, в некоторых случаях успех в фэнтези (например, турнирные игры, достижения в косплее) может привести к успеху в реальном мире. Кроме того, экспертный статус и восхищение легче получить путем глубоких познаний в сфере гик-интересов, потому что здесь такие полномочия, как образование и сертификация не требуются. Таким образом, нарциссичные люди, которые не могут получить восхищение и похвалу, на которые они, по их мнению, имеют право (будь то из-за неудачи или из-за того, что их грандиозная фантазия невозможна для воплощения в реальном мире), могут обратиться в мир фантазий, где такая похвала является более легко доступной.

Принадлежность или желание формировать и поддерживать стабильные межличностные отношения теоретически считается основной человеческой потребностью [7]. Теория самоопределения определяет родство (эквивалентную конструкцию) как одну из трех основных потребностей, которые определяют поведение человека, подразумевая, что большая часть жизненных решений и интересов человека будет служить этой потребности. Лири и соавторы предполагают, что самооценка зависит от принятия личности со стороны другими, а теория социальной идентичности утверждает, что люди стремятся присоединиться и идентифицировать себя с группами (такими как группы фанатов) для поддержания этой самооценки. Таким образом, участие в гик-культуре может отличаться особой стратегией использования общих интересов для удовлетворения потребности в принадлежности.

Ву охарактеризовал гик-культуру как способ создания сообщества во все более индивидуалистическом обществе. Поскольку традиционные ресурсы для удовлетворения потребности в принадлежности, такие как гражданские группы, нуклеарная семья и сильные сообщества ослабли или почти исчезли для текущего поколения, Ву предположил, что гики приобрели групповую принадлежность, объединив ресурсы, которые в настоящее время им доступны: потребительские товары и культурные артефакты. Гипотезы Ву были подтверждены его выводом о том, что гики используют познания в сфере своих интересов и коллекционирование атрибутики (например, модельных космических кораблей) в качестве социальной валюты [4]. В том же духе, Точчи описал процесс, с помощью которого люди, которые были изгоями или отвергнуты в детстве, уделяют больше времени изучению уединенных интересов, в том числе

непопулярных, и в конечном итоге формируют социальные связи с другими людьми с такими же специализированными интересами, формируя тем самым сеть социальных отношений, основанных на ранее уединенных действиях. Он подчеркивает, что Интернет усилил этот процесс, предоставив расширенный доступ к информации о не-мейнстримных интересах, а также способ анонимного общения с другими людьми, которые также разделяют эти интересы. Через Интернет людям, которые имеют редкие и необычные интересы, легче найти и связаться друг с другом, а также вовлечь новых энтузиастов [3]. Мизер и Конзак рассматривают гик-культуру как контркультуру противостоящую растущей разнице сил в средствах массовой информации. По мере того, как развлечения становятся монополизированными коммерческими организациями, и ожидается, что публика будет все более пассивно воспринимать медиа, люди, которые идентифицируют себя как гики, стремятся активно участвовать в собственных развлечениях, разыгрывая роли в постановках, создавая фан-арты и фан-литературу, и в целом ведя себя так, как будто вымышленные вселенные реальны. Мизер называет последнее действие «ироническим воображением» и описывает его как особо зависимое от социального взаимодействия, поскольку побуждение множества людей относиться к фэнтезийной вселенной как к реальной может расширить их эскапизм за пределы оригинальной художественной работы [2]. В соответствии с этой точкой зрения, члены фэндома (которые также подходят под определение гика), как было показано, отличают себя от более пассивных потребителей медиа посредством создания и формирования собственного медиа-контента, а также их активного интеллектуального взаимодействия со средствами массовой информации. Поэтому культуру гиков можно отличить по тенденции активно участвовать в собственных развлечениях, особенно в тандеме с другими людьми.

Возможно, что гики больше взаимодействуют со средствами массовой информации из-за большей потребности в стимуляции, будь то интеллектуальной или эмоциональной. Люди с высокими характеристиками, связанными с необходимостью стимулирования, такими как потребность в познании (что относится к наслаждению мышлением и предпочтении более сложных задач) и поиск ощущений (что относится к желанию нового опыта и новизны), а также открытость к новому опыту (что включает в себя предпочтение разнообразия и оценки эстетики), может найти удовлетворение своих потребностей в активном участии в средствах массовой информации (таких как ролевые и компьютерные игры) и более новом и необычном медиа-контенте (таким как фэнтези и научная

фантастика), находя их более предпочтительными, чем основные средства массовой информации.

Таким образом, это основание дает нам полагать, что люди, которые в большой степени нуждаются в познании и поиске ощущений, могут с большей вероятностью быть вовлеченными в гик-культуру. Кроме того, творческие личности, как известно, нуждаются в стимуляции и новизне, и значительная часть взаимодействия гиков со средствами массовой информации происходит посредством творческой деятельности (например, создание фан-арта или фан-фикшна). Может случиться так, что люди с высоким уровнем креативности также с большей вероятностью могут участвовать в культуре гиков.

ЛИТЕРАТУРА

1. McCain, J., Gentile, B., & Campbell, W. K. A Psychological Exploration of Engagement in Geek Culture. [Электронный ресурс] // PloS one. – 2015. – №10 (11). Режим доступа: <http://10.1371/journal.pone.0142200>.
2. Mizer N.J. Nomadic tactics in post Revenge geek culture. / Proceedings of the Pop Culture Association/American Culture Association (PCA/ACA). Под ред: Ibrahim I. – Washington, DC: Wiley, 2013.
3. Tocci J. Geek cultures: Media and identity in the digital age. Ph.D. Dissertation. – University of Pennsylvania. – 2009.
4. Woo B. Nerds!: cultural practices and community-making in a subcultural scene. Ph.D. Dissertation, Simon Fraser University. – 2012.
5. Андреев Е.А., Казакова Г.М., Тузовский И.Д. Гик-культура как новый «лик» культуры // Лики культуры в эпоху социальных перемен: материалы Всероссийской с международным участием научной конференции / Под ред. Н.Б. Кирилловой. – 2018. – С.222-228.
6. Биктагирова А.Р. Исследование психологической культуры руководителя // Образование и саморазвитие. 2009. №1 (11). С.218-223.
7. Биктагирова А.Р. Личностные детерминанты созависимого поведения современной молодежи // Вестник ВЭГУ. 2015. № 5 (79). С. 29-37.
8. Биктагирова А.Р. Смыслообразующие ценности российской молодежи // Образование и духовная безопасность. 2019. № 2 (8). С. 48-55.
9. Бурдые П. Социология социального пространства. пер. с франц. Н. А. Шматко. – М.: Ин-т экспериментальной социологии, 2007. – 565 с.
10. Гатиятуллин И.Ф., Биктагирова А.Р. Роль семейных ценностей в обеспечении духовно-нравственной безопасности // Образование и духовная безопасность. – 2017. – № 2 (2). – С. 62-64.
11. Казакова Г.М., Андреев Е.А., Тузовский И.Д. Гик-культура в контексте культурологического анализа // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. – 2018. – №31. – С.65-73.
12. Никулина Е.И. Гик-культура как новая молодежная субкультура // Наука. Технологии. Инновации. Сборник научных трудов в 10-ти частях / Под ред. Цыганковой О.Е. – 2017. – С.355-358.