

Виртуальные коммуникации в молодежной среде как форма эскапизма

Научный руководитель – Кочеткова Наталья Викторовна

Ефименко Екатерина Ивановна

Студент (бакалавр)

Самарский государственный экономический университет, Самара, Россия

E-mail: efimenko_katyrina@mail.ru

Под воздействием глобальных социально-экономических изменений, которые с конца XX-го века все больше проникают в повседневную жизнь человека, видоизменяются традиционные формы коммуникации, меняются поведенческие практики людей в повседневной жизни. Мир человека перестает рассматриваться исследователями как внешний, включенный в социальную и природную системы, мир человека [U+2015] это интерсубъективный мир, сфера непосредственно переживаемого опыта повседневной жизни [1].

Для части пользователей социальные сети становятся не просто дополнением к повседневной реальности, но и способом ее замены. Все большее распространение получает феномен социального эскапизма. В представленном исследовании эскапизм рассматривается как явление информатизации общества, цифровые технологии дают практически безграничные возможности пользователям для конструирования новых социокультурных пространств в виртуальной среде.

Методологическая часть исследования: с 1 сентября 2019 года по 1 сентября 2020 года был проведен контекстуальный анализ сообщества «Nikikomori» в социальной сети «ВКонтакте» и нарративный анализ историй из жизни хикикомори, которые собраны в телеграмм-канале сообщества «Nikikomori». Полученные результаты позволили выделить основные причины и следствия эскапизма, а также определить типы участников сообщества.

С помощью модели коммуникации Якобсона рассмотрим поле коммуникации в сообществе «Nikikomori».

Якобсон выделяет функции коммуникации, рассмотрим, как каждая из них реализуется на практике в сообществе «Nikikomori»:

1) Эмотивная функция. С помощью данной функции адресант отображает свое отношение к тому, о чем он говорит. В сообществе существует ряд правил, которые предъявляются к предлагаемым постам. Администратор сообщества заостряет внимание на том, что в группе не публикуются истории о том, как автор несчастен.

2) Информационная функция связана непосредственно с характером сообщения. В исследуемом сообществе существует преимущественно два типа контента: это истории из жизни членов сообщества и советы подписчикам в выборе досуга (кино, музыка и т.д. Мы можем утверждать, что интерес к аниме и манги приводит к формированию нового социокультурного сообщества, субкультуры Nikikomori. Мы можем выделить два типа членов сообщества. Первый тип - настоящие хикикомори, которые ведут затворнический образ жизни и публикуют свои истории, посредством чего воспроизводят в цифровой среде дискурс о хикикомори. Второй тип - это пользователи, которые испытывают симпатию к данному движению и культуре, основная цель членства в группе «Nikikomori» для таких участников, это использование контента сообщества.

3) Конативная функция связана с привлечением внимания. В группе «Nikikomori» она ярко проявляется в стиле ведения коммуникации с членами сообщества. Каждый пост, публикуемый в сообществе, содержит обращение к участникам сообщества.

4) Фатическая функция направлена на поддержание коммуникации. В сообществе у пользователей отсутствует возможность комментировать записи на стене группы, поэтому они комментируют записи, когда делают репост.

5) Коммуникативная функция указывает на смысл и контекст сообщения. Основной особенностью хикикомори является непринятие существующей культуры, действующих норм и правил общества, контент сообщества это подтверждает [2]. Участники группы пишут о том, что не готовы жить по существующим правилам, о бессмысленности и относительности современных ценностей, о доминирующей потребительской культуре в обществе и т.д.

В рамках данной работы был проведен нарративный анализ жизненных историй подписчиков сообщества «Hikikomori», с целью найти причины и следствия эскапизма, основой для их группировки выступили теоретические работы по теме эскапизма.

Наиболее часто упоминаются микро-социальные причины, которые непосредственно связаны с процессами социализации и адаптации к жизни в обществе, далее идут личностные причины, которые, в первую очередь, затрагивают психическое и физическое здоровье участников сообщества [3]. Наименьшее количество упоминаний среди макро-социальных причин, которые выражаются в нежелании и неспособности индивида адаптироваться к социальным изменениям. Основной причиной «ухода» в виртуальный мир и нежелания общаться в реальной жизни являются проблемы на микро-социальном уровне, негативный опыт взаимодействия с людьми. Участники сообщества рассказывают о проблемах в семье, пережитом насилии, отсутствии помощи со стороны образовательных и профессиональных учреждений.

Затворничество хикикомори не решает проблем в социализации участников сообщества, а лишь усугубляет их. Перевод коммуникации и основных видов деятельности в виртуальную реальность влечет за собой проблемы в реальной жизни, частичную утрату ранее приобретенных социальных навыков [4]. В сообществе «Hikikomori» преобладают эскапистские установки, которые выражаются в непринятии действующих норм и правил общества, участники стремятся к созданию собственной контр-культуры [5]. В ходе исследования было выделено три типа участников: хикикомори, которые ведут затворнический образ жизни, в данном случае сообщество является коммуникационной площадкой и местом самоопределения; хикикомори как представители эскапистской культуры, непринятие ценностей общества, попытка сформировать собственные; участники сообщества, которые подписались из-за контента, интерес к новой культуре, риск изменения собственных жизненных установок.

Источники и литература

- 1) Окладникова Е. А. Социальный эскапизм современной российской городской молодежи: факторы, практики, следствия // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия: социальные науки. 2014. №3(35). С. 74-83.
- 2) Ядов М. А. Хикикомори и НЕЕТ: особенности социальной самоизоляции в молодежной среде // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 11. Социология. Реферативный журнал. 2017. С. 118-121.
- 3) Баева Л. В. Эскапизм в цифровом социуме: от хикикомори до «групп смерти» // Ценности и смыслы. Серия: СМИ (медиа) и массовые коммуникации. – 2018. №2 (54). – С. 52-68.
- 4) Давыдов О.Б., Философский аспект социального эскапизма в эпоху виртуальности // Вестник СВФУ. 2015. №12. С. 78.

- 5) Шапинская Е. Н. Виртуальная реальность как пространство эскапизма: безграничные возможности и новые опасности // Культура культуры. 2014. С. 316-319.