

СУБКУЛТУРИТЕ КАТО ВИРТУАЛНИ ОБЩНОСТИ

http://www.seminar-bg.eu/index.php?option=com_content&task=view&id=276&Itemid=75

АВТОР ВАЛЕНТИНА ГЕОРГИЕВА

К какво се случва с традиционните субкултури, когато се вляят във виртуалното пространство? И как комуникацията през Интернет променя формите на свързване и идентификация с групата? С този текст ще се опитам да допълня разсъжденията около формирането на нови общности и форми на младежките култури в пост-субкултурната им фаза, като продължа прегледа на субкултурната теория с преглед на съществуващите изследвания върху виртуалните общности, а във втората част премина към описание на резултатите от проведено изследване върху виртуалното съществуване на субкултурните общности в българското уеб-пространство¹.

Постмодерната теория за субкултурите и виртуалната идентичност

„Изглежда ерата на младежките субкултури на работническата класа, които ‘героично’ се съпротивляват на подчинението посредством ‘семиотична партизанска война’, отдавна е отминала“ (Weinzierl and Muggleton 2003, 4). Така твърдят Дейвид Мъгълтън и Рупърт Уейнзирл и извеждат необходимостта пост-субкултурната теория да разработи по-прагматичен подход към младежките практики, в сравнение с романтично-бунтарската визия на Бирмингамския център за съвременни културологични изследвания. Каква би била адекватната концепция, която да избегне ограниченията на тясното понятие субкултура и да предаде усещането за фрагмен-

тарност, непостоянство и изменчивост, изтъквано като определящо за съвременните младежки култури? И какво ще се получи, ако към това добавим опита от комуникацията в интернет, който допълнително забързва времето и скъсява дистанцията, умножава броя на едновременно съществуващите реалности (multiple realities на Шютц²) и сваля ограниченията пред конструирането на идентичността, като ни позволява да оставим тялото си на закачалката преди да влезем във виртуалното?

Новите идентичности са постоянно променящи се, а колективните идентификации са само частични, избирателни и временни (Muggleton 2000). Виртуалната култура изглежда допълнително задълбочава флуидността на постмодерния аз и същевременно умножава колективните идентификации. Виртуалната идентичност ни дава възможност да изобретяваме себе си, свободно движейки се между множество онлайн роли; да бъдем анонимни и с това да избягваме социално наложените норми на поведение и представяне на аз-а; свободно да избираме стилове и традиции, без дискриминация по етнос, пол, социален произход, цвят на кожата. Същевременно обаче лесното прехождане от роля в роля във виртуалното пространство (а понякога и едновременното представяне с няколко идентичности), бързото заместване на един комплект предпочитания с друг води до загуба на чувство за реалност (Turkle 1995, 9-26). Общуването само чрез посредничеството на Интернет („аз общувам с машината“) постепенно води до загуба на личен контакт, а това

на свой ред изгражда непълноценни или повърхностни социални връзки. Свързването в интернет е под формата на слаби връзки, хвърлящи мост между индивиди, които само споделят информация, но запазват различието в гледните си точки, а не на силни, сплотяващи връзки, основани на емоционалното усещане за топлината на общността, в които търсим подкрепа³.

Предположението, че заради технологичния си потенциал интернет променя идентичностите като ги прави по-флуидни и множествени, има отражение и върху младежките групи, формирани около музикални предпочитания, стил на обличане и други белези, свързвани с потреблението на свободното време. Дали технологията променя света (както е според последователите на Маршал Маклуън) и в частност прави идентичността по-флуидна и множествена, а общностите, субкултурните формирания и политическата ангажираност - преходни; или, обратно, практиките на употреба диктуват съдбата на техническите нововъведения, а оттам и новите форми на сдружаване (както е според последователите на Реймънд Уилямс)⁴, и в двата случая трябва да преформулираме понятието за субкултура, с което работим. Едно продуктивно обогатяване би дошло по линия на виртуалните общности (*virtual communities*) - понятие, което влиза в езика на теоретичните вследствие на употребата му в разказите на участниците за техния собствен опит в интернет комуникацията.

Виртуалните общности

Терминът „виртуална общност“ е въведен от американския журналист на свободна практика Хауърд Рейнголд в книгата му със същото заглавие от 1993г. В нея той разказва за своя личен опит от включването си в една от ранните форми на комуникация през Интернет - The WELL (от Whole Earth ,Lectronic Link), която най-лесно бихме определили като предтеча на днешните форуми. Според собственото му свидетелство, Рейнголд се включва

през лятото на 1985г. Разказът му е много емоционален - отначало той е заинтригуван, после ентусиазиран, после вманиачен и накрая влизането в системата се превръща в част от всекидневието му, като прекарва свързан средно по 2 часа на ден. Връзката е през модем, изнервящо бавна за съвременните стандарти и доста скъпа - сметката за първия месец надхвърля 100 долара. Жена му първо е загрижена, после започва да ревнува, накрая избухва в гняв, но тъкмо тогава тя успява да формулира причината новата му връзка да е толкова интригуваща. Според нея The WELL е също както в доброто старо време, когато са били студенти, нещо като „компания от интелигентни и недоволни млади хора, които са се намерили в мрежата, и ти сега се забавляваш като едно време“. Какво всъщност представлява тази компания и как използва новата технология за формиране на връзки?

Раждането на виртуалната общност от духа на американската контракултура на 60-те

Основана от Стюарт Бранд и Лари Брилиант, „двама другари от предишната културна революция“, според израза на Рейнголд, The WELL е електронното продължение на The Whole Earth Catalog - изданието, което събира потребителите на американската контракултура, издавано от същия Стюарт Бранд в периода между 1968 и 1971 и с известни прекъсвания през 70-те и 80-те год.

По-късно, в организацията и управлението на The WELL участват още четири-ма бивши хипари от комуната The Farm. Накратко, новата технологична система (от типа BBS или Bulletin Board System) не е нищо друго освен нов начин да се осъществи комуникация между старите привърженици на хипи движението. Или както изтъква изследователят на The WELL Фред Търнър, „Благодарение на едновременното развитие на компютърните мрежи и други мрежови форми на организация в района на залива на Сан Франциско, към края на 80-те, идеите за общност,

които някога са свързвали комунарите от Ню Мексико с хипитата от Хай Ашбъри, се превръщат в основата за спояването на социалния и икономически живот онлайн“ (Turner 2005, 512). Според неговото описание това е форум, който свързва географски разпръснати, но интелектуално свързани индивиди, като между тях се изгражда чувството за една общност от равнопоставени и сътрудничаещи си членове, в която няма йерархия или каквито и да било ограничения пред комуникацията.

Общности от съмишленици (Хауърд Рейнголд и опитът му в The WELL)

Рейнголд описва The WELL като общност от съмишленици, място на среща на независими журналисти и писатели, на творчески личности, инженери и компютърни специалисти, университетски преподаватели и въобще хора със споделен светоглед, които обменят информация в рамките на отделни теми, подредени в категории и подкатегории (като например в категорията изкуства и литература са включени теми за книги, фотография, дизайн, кино; същите се повтарят и под категорията за забавление; има отделни категории за образование и планиране, тяло-съзнание-богатство; друга категория са феновете на Грейтфул дед; за компютърни технологии и т.н.). Нивото на обсъждане според него е по-задълбочено и дори специализирано, определено над средното, което наблюдаваме в съвременните форуми, т.е. нещо като общество на хора със специално развити интереси. Потребителите могат свободно да се движат между категориите, но и да останат затворени в една и съща. Авторът оприличава популацията на The WELL на нещо като социално технологичен вариант на съд на Петри, който вместо с микробиологични организми е населен с реални творчески личности, оставени сами на себе си да се развиват и да формират общности.

Според Рейнголд връзките, които се изграждат в общността, са силно емоционални - особено паметен е моментът, в който

един от членовете на общността научава, че синът му има левкемия. Разгаря се оживена дискусия, в която останалите успокояват, изразяват съчувствие, изпращат емоционална подкрепа - чувства, които свързваме със силните емоционални връзки в топлината на общността. Като цяло за него виртуалната общност е споделеност - на информация, мисли, светоглед, бунтарство, на чувства.

Хората във виртуалните общности използват думи върху екрана, за да разменят шегички и за да спорят, да се впускат в интелектуални разсъждения, да купуват и продават, да обменят знание, да дават емоционална подкрепа, да си правят планове, да обменят идеи, да клокарстват, да враждуват, да се влюбват, да намират приятели и да ги губят, да играят игри, да флиртуват, да създават високо технологично изкуство и много повече празно дърдорене. Хората във виртуалните общности правят всичко, което хората правят и в реалния си живот, само че забравяме за тялото си. Тук не можеш да целунеш някого, нито пък някой може да ти удари един по носа, но много други неща могат да се случат в рамките на тези ограничения. За милионите, които са въввлечени в тях, богатството и виталността на компютърно-опосредените култури са много привлекателни, дори водят до пристрастяване (Rheingold 1993, Introduction).

Общности от геймъри (Шери Търкъл и загубата на чувство за реалност)

Обратно на ентузиазизирано-емоционалната оценка на Рейнголд, психолозите на онлайн общуването са загрижени за пристрастяването към живота онлайн. Известна е тезата на Шери Търкъл, че свободата да превключваш между множество онлайн идентичности води до постепенна загуба на чувство за реалност. Книгата ѝ Живот на екрана: Идентичността в епохата на интернет (Turkle 1995), започва с така известното изказване на един студент: „Реалният живот е само още един прозорец и обикновено не е любимият ми“. Изследвани са интернет базирани компютърни

игри с множество потребители (MUDs от Multiple User Domains), които предлагат възможността за ролеви игри. Чрез тях американските им потребители (които са предимно бели, предимно млади мъже и представители на средната класа) получават възможността да експериментират с конструирането на идентичност, представяйки се в играта за различни по пол, възраст, етническа принадлежност. Този емпиричен материал е интерпретиран от Търкъл в термините на Бодрияр симулакр и симулация, заради което книгата е определяна като превъплъщението на постмодерната теория в действие.

Всъщност теорията на Търкъл за общуването онлайн е основана изцяло на изследвания на онлайн ролеви игри. Те създават друг тип виртуална общност - общностите от геймъри, различни от описваната от Рейнголд общност на съмишленици. И може да се окаже, че постмодерната теория за фрагментирането на личността и за флуидността на груповите идентификации, което ставало още по интензивно вследствие на особения опит от общуването в интернет, е изведена въз основа на това ограничено приложение на теорията върху ролевите игри онлайн и изгражданите в тях общности от геймъри.

Въобразени общности или общества на знанието (два погледа върху фендъм-общностите)

Силното чувство на привързаност към общността, изтъквано както от участниците, така и от външни наблюдатели, е в основата на търсенията на двама други автори, изследващи общностите от фенове (или фендъм-общностите). Нанси Бейм изследва широк спектър от онлайн групи, сред които юзнет групи, майлинг листи, чат-румове, групи формирани от игра в MUD и други форми, в които участниците ясно заявяват „чувство за общност“. Изследователката се пита дали тази употреба на думата „общност“ не е символична, т.е. участниците повече желаят да се идентифицират като общност, отколкото действително са такава. Тя е първата коя-

то свързва изследванията на онлайн обществата с теорията на Бенедект Андерсън за въобразените общности:

„Според Андерсън всички общности, които надхвърлят първичното отношение лице-в-лице, са въобразени и това е процес, способстван от масмедииите. Вместо да се питаме дали онлайн общностите са автентични, повлияните от Андерсън изследователи на компютърно-опосредената комуникация се запитваме върху ‘начина, по който те са въобразени’. Тук ще се опитам да докажа, че стилът на една онлайн общност се определя от набор от предварително съществуващи структури, сред които външният контекст, времевата структура, инфраструктурата на системата, груповите цели и особеностите на участието. В процеса на комуникативното взаимодействие участниците стратегически приспособяват и изчерпват ресурсите и правилата, налични в тези структури. В резултат се оформя динамична среда от социални значения, която позволява на участниците да въобразят себе си като общност. Най-характерни са специфичните за групата форми на изказ, идентичности, взаимоотношения и конвенции от норми“ (Baum 1998, 38).

По-късно в изследването си на форум на фенове на телевизионни сериали, публикувано през 2000 г. под заглавие Настрой канала, влез във форума (Tune in, Log On), тя потвърждава това заключение (Baum 2000, 218).

Друг поглед върху общностите от фенове е предложен от Хенри Дженкинс. В сборника Фенове, блогъри и геймъри от 2006г. (Jenkins 2006), той ревизира концепцията си от предходното голямо изследване на феновете на Стартрек, публикувано през 1992г. под заглавие Браконииери на текст: телевизионните фенове и културата на участието (Jenkins 1992). Както подсказва и заглавието, теоретичната рамка е заета от Мишел дьо Серто и неговата теза за четенето като браконииерство - концепция, по-известна като идеята за креативната консумация на културни продукти,

развита от самия Серто и широко пропагандирана от британските cultural studies. Дженкинс използва същата идея, за да покаже, че феновете на телевизионни сериали не са само празноглави пасивни консуматори на масовата култура, а креативно приспособяват и умело манипулират значението, предоставени им от производителите на културно съдържание. По-късно той доразвива идеята си за креативната консумация и показва как феновете, споделяйки специфично знание за любимия си сериал, формират своеобразни общности на знанието и това им позволява да саботират производителите на културно съдържание. Така например почитателите на Сървайвър успяват да разгадаят имената на елиминираните участници много преди излъчването на съответната серия от реалити формата, огласяват го във форумите си и с това намаляват зрителския интерес към предаването. Или както казва Дженкинс, „ако работата на консуматорите на медии някога е била мълчалива и невидима [„мълчаливото мнозинство“ по Серто - б.м.В.Г.], новите консуматори днес са шумни и публични“ (Jenkins 2006a, 18), благодарение на формираните в интернет общности. Накратко, Дженкинс интерпретира фендъм общностите като форма на колективно знание, която използва новите технологии за да открие свое собствено място на капитализиране на знанието. В тази интерпретация интернет е средство за тактическа съпротива - фендъм общностите използват медията за да издигнат своя собствен глас (ibid.,27 и сл.). Субкултурните общности онлайн (Пол Ходкинсън и Net.Goth)

Пол Ходкинсън е сред представителите на британските изследвания на субкултурите, които не приемат тезата за технологичния детерминизъм (вж. бел. 4 по-горе), а също и постмодерната интерпретация на виртуалните общности. Последната ги разглежда като пространства, където индивидите свободно изобретяват себе си, надхвърляйки зададените от социалната среда ограничения. Според Ходкинсън, онлайн мрежите за комуника-

ция могат също да задълбочат границите между отделните субкултурни общности и да направят по-ярък контраста между тях (Hodkinson 2003, 285-6). Тази теза е изведена въз основа на изследването му върху субкултурата на готиците, която той интерпретира като сцена. Неговият анализ тръгва от направените интервюта с представители на субкултурата за тяхната употреба на интернет ресурсите, основно посещения на портали с линкове към изпълнителни, магазини, публикации, електронни списания, клубове и събития, лични страници, блогове и една юзнет група/форум. Погледът от страната на потребителите показва, че в повечето случаи при браузването от сайт в сайт те се придържат към предишните си предпочитания и интереси. Вместо да преминават лесно от един субкултурен стил към друг, от линк на линк, те остават верни на вкусовете си, не изоставят формите на сдружение, към които са се присъединили.

Анализът на форумната им активност задълбочава аргументите в полза на по-ясно очертаните граници на субкултурната група, на консолидацията ѝ посредством специфични за форумната комуникация „епизоди на поправка на поведението“: „За разлика от вече обсъдените предположения за културната флуидност, характеризираща 'виртуалните общности', относителната стабилност на форумите на готиците е защитена посредством вътрешен нормативен натиск и външни граници на изключване. Докато в някои отношения дискусиите са на свободна тема, активното участие изисква задълбочено познаване на материята и опит за това какъв вид мнения, теми и поведение ще се приемат за смислени и заслужаващи внимание от останалите потребители. Освен това, далеч от идеята за господстващата анонимност и за изобретяването на интернет аз-а, във форумите на готиците изглежда очевидно, че много от потребителите се познават освен онлайн, също и лице-в-лице - нещо което допълнително засилва атмосферата на изключване“ (Hodkinson 2003, 292).

Накратко казано, участието в онлайн общността изисква инвестиция в знание за споделените идеи, за приетия етикет на поведение, за ограниченията в групата, инвестиции във време, компетентност и отдаденост, съизмерими с усилията да бъдеш приет в реалната субкултурна общност. Достъпността и скъсяването на дистанцията, осигурени от технологията на интернет, съвсем не правят включването в групата спонтанно и безпроблемно. И тъй като е нужно време и усилие за да станеш инсайдер, индивидите по-скоро ще бъдат мотивирани да останат в общността, в която вече са си завоювали място, отколкото да превключват нататък към изграждането на следваща идентичност. Изводите на Ходкинсън са че, погледнато от страната на конкретните употреби на новите технологии, границите по-скоро се втвърдяват, а дистанцията между субкултурните групи се увеличава.

За виртуалното съществуване на субкултурите в България - очертания на едно изследване

Направеният преглед на литературата върху виртуалните общности⁵ откри два възможни подхода към изследването им: в рамките на първия, виртуалните общности се разглеждат като изцяло нов феномен, породен от развитието на онлайн комуникацията (и съответно трябва да се изработи нова теоретична рамка и ядро от понятия, които да ги описват); вторият подход разглежда виртуалните общности като продължение на формите на групиране, съществували и преди, които по особен начин присвояват средствата за онлайн комуникация. При първият подход определяща е технологията, при втория - употребата ѝ от индивидите и общностите.

Именно този втори подход беше възприет при изследването на виртуалното съществуване на субкултурните общности в България. Изследването представлява интернет проучване на местата и практи-

ките на интернет-потребители, които могат да бъдат определени като принадлежащи към субкултура. При първоначалното пилотно изследване на българското уеб-пространство (за разграничителна линия беше използван езикът на комуникация) се откриха множество разнородни форми на уеб-комуникация, свързана с потреблението на популярна култура и свободно време (каквато беше възприетата работна дефиниция за субкултура): институционални и индивидуални сайтове и страници, онлайн периодични издания, блогове, портали, форуми и Фейсбук групи. Следвайки едно първоначално допускане, че форми на колективна идентификация могат да се открият в колективни форми на онлайн изява, изследването се фокусира върху форумите като такива колективни форми.

Веднага се откриха разграничения и в рамките на този конкретен жанр на интернет-комуникацията. От една страна, най-интересни за нас бяха независимите форуми, поддържани от обикновени потребители от самата субкултура. При тях идентификацията със субкултурната общност е заявена в наименованието на форума. Отделно от независимите форуми, като място на среща субкултурните потребители използват и дискуссионните групи, поддържани на сайтовете на различни медии (в конкретния случай на изследването на сайта на едно рок-радио и на едно метъл-списание). Съществуват и форуми, поддържани на сайтовете на организации. Това наложи да се направи разграничение на форумите във вертикално отношение. Едните са форма на изказ на обикновените потребители 'отдолу' - те представят гледната точка на участниците и могат да се разглеждат като форма на грасруутс активизъм, израз на техния собствен глас. Това са независимите форуми. Другият вид форуми са поддържани от различни представители на културните индустрии - радиостанции и списания. Както и сайтовете на различни институции и организации, те са по-скоро top-down, или проводници на послания 'отгоре' (медийни,

институционални и др.).

В продължение на четири месеца бяха следени общо 11 форума на следните субкултури: метъл, пънк и алтернативни субкултури, емо, готик, хип-хоп и фриърън. В центъра на изследователския интерес бяха поставени независимите форуми - те представят субкултурата такава, каквато я виждат нейните членове, или 'отвътре' на групата. За сравнение, бяха анализирани изказванията в дискуссионните форуми на една радио-станция (радио Z-Rock, в секциите/темите за метъл и за готик) и една организация (Фриърън България). Още едно сравнение беше проведено по линия на интернет жанровете - между форума на сайта на същата организация и поддържаната от нея Фейсбук група. Проучването беше допълнено от сравнително изследване на присъствието на хейтърите в субкултурните форуми, като те се обособиха като особен вид интернет-поведение. Хейтърите трудно могат да се определят като общност, макар да демонстрират общ код на поведение, визуална идентификация (чрез аватар и подпис), автоидентификация (сами заявяват, че са хейтъри). Съществуват както във форумите, така и във Фейсбук, бяха открити и блогове на хейтъри. По отношение на хейтърите се наложи хипотезата, че те са особен вид жест, нова форма на поведение, съществуваща само във виртуалното пространство.

На пръв поглед форумите на метълите са най-многобройни. В хода на първоначалното проучване открихме най-малко десет независими метълски форума, форума на радио Z-Rock и още един, поддържан от списание Про-РОК (издавано в хартиен и електронен вариант и спонсорирано от община Каварна). Съществуват отделни форуми на метълите в различни градове в България: в изследването беше наблюдаван форум на русенските метъли (самоопределя се като форум „за свободни хора“, но от изказванията става ясно, че редовните посетители се познават и са от Русе), но има също отделни форуми на метълите в Пловдив (заявено в заглавието), в

Бургас и др. Обикновено броят регистрирани потребители е малко под 1000. Общобългарските форуми се радват на повече популярност - в Метал Катехизис има малко над 1200 потребители, а най-често посещаван е Метъл Уърлд с около 3 500 регистрирани потребители.

Най-многолюдни, т.е. с най-голям брой регистрирани потребители са форумите на хип-хопърите, където само в един от независимите форуми има около 32 500 потребители. Най-непопулярни са форумите на емо и готик субкултурата: открихме само един активен форум на емо субкултурата и един независим форум на готиците, като в него има само 93 регистрирани потребителя (към 17.04.2010г.). По-интересна е ситуацията с пънкарските форуми, които също не са много популярни, но пък за сметка на това сами се определят като „форум за субкултурни“ (160 потребителя). Друг такъв е PunksNOTdeaD, който пък се определя като „форумът за народа“ (но изисква регистрация; 907 регистрирани потребители към 25.10.2009г.).

Както вече отбелязах, интернет изследването на форумите на субкултурните групи прие за изходна хипотеза, че определяща е не технологията, а начинът на използване на технологичните възможности от участниците. По силата на това допускане изследването използва терминологията и рамките на изследване на 'старата' културна теория, а не на новите медийни изследвания. Основните тематични ядра, които служат при събирането на данни и при анализа на емпиричния материал са самоопределянето, груповата идентификация, очертаването и спазването на границите на общността, разграничаването от другите, преминаването от една група в друга, връзките между участниците.

Анализът на събраните постинги от различните форуми позволява да бъдат направени изводи по отношение на всяко от тематичните ядра и те да бъдат свързани с проблемите, поставени от постмодерната интерпретация на субкултурните формирования и от теорията за виртуалните

общности.

Какво е да си в субкултура?

Първото впечатление от дискусиите във форумите е, че почти никой от участниците не употребява думата субкултура по отношение на групата, към която се присъединява. Те не се определят като общност, а само като група потребители, които споделят едни и същи интереси към музика, спорт, лайфстайл, и т.н. Някои реагират с раздражение на постове, в които се поставя въпроса за идентификацията им като група, и се отнасят към тях като към провокация. Въпреки това съществува някакво усещане за съпричастност, за компания от хора, регулярно срещащи се онлайн. Груповата идентификация обаче е различна - едни се определят като уличен спорт (фрийрънърите), други като школи, банди, крЮ-та (хип-хопъри и графитъри), трети като фенове (метъли, аниме фенове или фенове на фентъзи) и т.н.

Макар определено да не се среща често, една от виртуалните общности изпъква на фона на останалите тъкмо по отношение на употребата на думата субкултура като автоидентификация - това са пънкърите. Както отбелязах, един от техните форуми дори се самозаявява като „форум за субкултурни“. Той обединява няколко микро-културни общности, които могат да бъдат грубо събрани под наименованието „алтернативни субкултури“. В това число влизат групите пънк, Ой!/RAC, Хардкор, Ска и Реге (според категориите във форума), също там намира място българският е-скинзин7 „Гордост“, или можем да добавим и скинарите като присъствие във форума за алтернативни субкултури. Прави впечатление, че в този форум има оживени политическите дискусии - възникват спорове относно 'ляво' и 'дясно' в пънк музиката и има ли изобщо място за политическа принадлежност сред феновете на тази микрокултура. Потребителите изразяват идеята, че идентификацията им с дадена субкултура ги прави вече и изразители на нейната идеология, която ги

свързва както по отношение на общия им социален произход, така и по отношение на политическите им пристрастия („ляво“ - „дясно“). Изглежда самоопределянето като субкултура е свързано със схващането, че по този начин те изразяват групово съпротивата си. Можем да предположим, че алтернативните микрокултури споделят една романтично-бунтарска визия за себе си, а такава е субкултурата според изследователите от Бирмингамския център за съвременни културологични изследвания. Или когато членовете на групата употребяват термина 'субкултура' като автоидентификация, те вече изразяват своя бунт срещу мейнстрийма или доминиращата култура.

Кои са анонимусите?

Често се изтъква, че във форумите участниците могат да запазят своята анонимност и да си изградят идентичност, която не е обвързана с тяхната реална идентичност. Тази разпространена теза не се оправда при анализа на материалите от субкултурните форуми.

От една страна, потребителите, които искат да останат във форума и да участват пълноценно, трябва да се регистрират (да изоставят статуса на участник без име или анонимус) - те приемат някакъв псевдоним и започват да постват под него, като постепенно чрез своите мнения и чрез темите, които предлагат, изобретяват своята форумна идентичност. Никой не е заинтересован да бъде анонимус. Както показва изследването на Веселка Дамянова, форумното аз се изгражда като следствие от реалните знания и компетентности на участника, от културния и социалния му капитал (Дамянова 2005, 159 и сл.).

На второ място, изследваните субкултурни форуми съвсем не са затворени светове. В много случаи участниците свободно препращат с линкове към изявите си в други светове (други форуми, свой блог или Фейсбук профил, канал в Ютюб и други подобни), където участват с дру-

ги никове или с истинските си имена. Не е рядкост след поредица от препращания да се открие актуална снимка на потребителя, неговия и-мейл, дори номера на мобилния му телефон. В темите за представяне, каквито има в много от форумите и където новодошлите обикновено пускат първия си пост, участниците могат да изберат да се представят с предишни свои изяви във виртуалното пространство. Така новият потребител заявява открито кой е (нещо като декларация „Ето ме, това съм аз, ето кой се крие под този ник.“). Коментарите често подсказват, че старите потребители вече го познават от друго място. Така предишните виртуални изяви се капитализират и по-бързо се изгражда образът на новия потребител в групата. Той използва стария си образ, за да бъде приет в новата група. Накратко свързаността, лесното препращане от линк към линк, вместо да умножава броя на идентичности, с които един и същи човек се представя в различните светове, - тъкмо напротив - препотвърждава неговото единствено виртуално аз. Нещо повече, свързаността може да отведе и към неговата реална идентичност.

Реални и виртуални идентичности

Освен препращането от свят в свят във виртуалното пространство, съвсем не е изключение и препращането към реалния живот. От постове в изследваните субкултурни форуми става ясно, че потребителите се срещат също и на живо по различни поводи - концерти и други събития от общ (музикален, фенски, политически, игрови) интерес, месечни сбирки на форума, излети, коледни партита и т.н.

Така например при фрийрънърите потребителите участват във форума под псевдоним, но не крият идентичността си - често в дискусиите се споменават истинските им имена. Не липсват и аватари с лична снимка (или със снимка на крютото, с което тренират). В постове се появяват препратки към Фейсбук групата, където същите потребители участват с истинските си имена. Като цяло тук хипотезата, че под прикритието на анонимността отдел-

ните членове могат да избягат от санкции като срам и подигравка, традиционно използвани за удържането на границите на групата, не се потвърждава. Същите потребители се срещат и реално, тренират заедно, демонстрират умения, участват в състезания.

Както при фрийрънърите и метълите, така и при аниме феновете срещите във форума са само повод за следващо реално запознанство. Първият контакт е във форума, но връзката се изгражда в личен контакт при реалните сбирки на феновете, или при индивидуални срещи на потребители, или когато старите познайници от форума попаднат в обща институционална среда (каквата е специалност Японистика в СУ „Св.Кл.Охридски“, вж. текста на Укегава в този брой).

На пръв поглед може да изглежда, че изводите за загубата на анонимността не важат по отношение на виртуалните общности в онлайн ролевите игри. Илюстративният материал обаче показва, че може и да е обратното - играчите да искат да покажат истинското си лице. Пример за това е снимката на сватбата на двама WoW играчи, обкръжени от приятелите си - всеки със своя персонаж в играта.

Тук не се опитвам да защитавам твърде силната теза, че е невъзможно да запазиш анонимност във виртуалните общности и строго да разграничаваш реалното от виртуалното си аз (защото все някой някога ще те разконспирира). Моята теза е, че участниците във виртуалните общности не държат на всяка цена да запазят анонимност. Причините за това може да са различни: разкриването на истинското им аз (или някое друго аз от друг форум) може да им даде предимство при интеграцията в групата, или защото възприемат участието си във форума като мост към реални контакти с други фенове в реалния живот, или защото истински се гордеят с виртуалните си постижения (натрупани точки в играта). От гледната точка на участниците границите между виртуално и реално се размиват.

Загубата на личен контакт и чувство за реалност

От тази гледна точка и опасенията на теоретиците на виртуалната идентичност, че животът онлайн може да навреди на живота офлайн, може да не са оправдани. Ако приемем, че повечето форумци се срещат и офлайн - а тъкмо такъв извод се налага от анализа на субкултурните форуми - то тогава няма загуба на реален контакт. Форумът е само още една опция за запознанство и свързване, каквито са телефона, скайп и т.н. Участието във виртуална общност не води до повърхностни лични контакти, а само до увеличаване на броя им (което на свой ред може да доведе до отслабване на връзката и повърхностен контакт, което се случва в реалния живот). Отново от значение е начинът на използване на възможностите, предоставени от технологията. Или опасенията от загуба на стабилни междуличностни връзки вследствие на интернет-комуникацията приличат повече на морална паника от новите технологии. Сякаш употребата на мобилни телефони, или на фиксирани телефони преди тях, е довела до загуба на личен контакт.

Редом с оптимистичния извод, трябва да направим и едно не толкова оптимистично предположение - става дума за възможността в онлайн комуникацията да се преодолее дискриминацията по етнос, пол, възраст, цвят на кожата. Или утопичната идея, че във виртуалното пространство всички са равни, защото всички могат свободно и без социални ограничения да изграждат идентичността си. Ако няма анонимност и границите между реалното и виртуалното се сливат, тогава можем ли да си представим момиче чалгаджийка (в реалния живот) да участва в метълски форум (с метълско-мъжествена виртуална идентичност)? Или привърженик на емо субкултурата при пънкърите? Или възрастен ром във форума на скинхедс? Какво се случва с границите между субкултурите и възможно ли е да проникнат онези, които се определят като традиционния друг, от който общността се разграничава? Има ли

във форумите социална дистанция и дискриминация? Възможно ли е да скриеш кой си?

Макар да не мога да дам категоричен отговор въз основа на изследвания материал, предположението ми би било по-скоро песимистично. Опитът да се представиш за привърженик и да бъдеш трайно приет в една виртуална субкултура трябва да се основава на много дълбоко познаване на интересите, приетия код на поведение, стила на изказванията - да притежаваш целия запас от знание (Schutz 1962a, 1967), който би те направил член на тази субкултура. Нещо повече, непрекъснатите препратки към други форми на виртуална изява и връзки с реалния живот правят много трудно във форума да представиш идеализиран образ за себе си. При подобен опит рискуваш веднага да ти бъде наложена корекция от другите форумци (както е в примера в бел. 8 по-горе) и опасността от подигравки и срам е съвсем реална. Изглежда чувството, че в интернет всички сме равни и можем всичко, е измамно.

Виртуалните общности: силни или слаби връзки

И последният извод, който бих желала да направя, е по отношение на типа връзки във виртуалните общности. Силни или слаби връзки се изграждат във форумите? Дали това са стабилните връзки на една топла общност или слабите и множествени връзки на мрежата от контакти? И в зависимост от това - какъв вид група е виртуалната общност?

По постове във форумите, чийто характер е публичен, трудно може да се съди за междуличностните отношения между участниците. Те дават идея за разширяваща се мрежа, за привличане на все нови и нови членове, а със стабилността на участието си във времето старите печелят популярност и авторитет. Не можем да говорим за топла общност, съставена от 900 и повече потребители. И въпреки това, става ясно, че между членовете има съпричаст-

ност, че те държат един на друг, но тази съпричастност се изразява някъде другаде. Регулярността на свързване, отдадеността с която се предоставят информация и съвети на други форумци също може да са фактор да твърдим, че форумите изграждат емоционални връзки на подкрепа, характерни за топлата общност. Такова беше и усещането на Рейнголд - за силна емоционална връзка във виртуалната общност, колкото и многобройна да е тя.

От друга страна, самата дума „общност“ има силни позитивни конотации. Употребата ѝ от форумците може да бъде символична. Или когато те се определят като общност, те всъщност искат да пресъздадат усещането за силна връзка. Може би затова е толкова трудно да направим извода дали форумите в частност и субкултурите като цяло могат да се определят като общност - защото самият термин „общност“ не е дескриптивен, а нормативен. И когато той се употребява от участниците, той изразява единствено тяхното преживяване за това какво е да бъдеш в субкултура.

1 Интернет изследването на форуми на субкултурни групи беше проведено в периода октомври 2009 - януари 2010г. като част от проекта „Нови млади, нови култури, нови каузи“, с помощта на студентите от бакалавърската програма на спец. Културология Анна Гергиева, Ася Писарска, Васил Василев, Василка Ганева, Елица Мартинова, Ивета Цветкова, Цветомира Иванова и Яна Пъргова. Използвам случая да им изкажа специална благодарност. Без техния горещ ентузиазъм нямаше да можем да разкрием цял един свят - този на виртуалните общности. Само една от тях обаче успя да се впрегне в строгите рамки на начинанието писане на статия. Текстът на Яна Пъргова можете да четете в Семинар БГ.

2 Относно теорията за множеството реалности, която Алфред Шютц заема от амери-

канския прагматизъм, вж. Schütz 1962b, 207-259.

3 Разграничението между bridging social capital и bonding social capital във виртуалните общности заимствам от Ryan 2008 (PDF version, p.148; посетен последно на 31 март 2010). Авторката на свой ред стъпва върху известната теория за социалния капитал на Робърт Пътнам, коментирана в Дичев 2009, 130-131.

4 Повече за дебата между привържениците на тезата за технологичния детерминизъм (въвеждащи определящи нови понятия като дигитално поколение, например) и застъпниците на тезата, че технологиите са само това, което човешката употреба прави с тях (боравещи със старите понятия на културната теория от преди виртуалния обрат също и в изследването на интернет комуникацията) вж. Dovey, Lister et al. 2009, 77-101; Jenkins & Thorburn 2003, 1-17.

5 Тук не са взети предвид изследванията на онлайн общностите на съвместно производство и разпространение на културни продукти, каквито са например Ютюб и Уикипедия, защото работната дефиниция на понятието виртуална общност в традицията на Рейнголд трудно покрива този вид онлайн общности, определяни също и като мрежи. Относно общностите на съвместно производство вж. Leadbeater 2009.

6 Тук следвам изводите на Ася Писарска, която проведе изследването върху хейтърите.

7 От е-зин - електронно списание, списвано от фенове на доброволни начала и без лукративна цел. Е-скинзин би било подобно издание, списвано от скинари.

8 Като пример мога да посоча следния коригирац поведението епизод: един от потребителите споделя, че „когато скача“ (подразбира се някъде на открито в градска среда) обича да си пуска силно музика от колата. Друг потребител коментира изказването му със следната реплика: „Каква кола, бе, ти си на 13“.