

RU

Влияние цифровых технологий на бытие и становление новых форм коммуникации (селфи)

Фролова С. М., Николашкина В. Е.

Аннотация. Цель исследования – определить влияние цифровых технологий на становление новых форм коммуникации (в том числе селфи), отвечающей потребностям современного обывателя. В статье проводится теоретическая рефлексия особенностей развития информационно-коммуникационных технологий и их влияния на удовлетворение коммуникационных потребностей общества. Выделены негативные последствия экранного и виртуального видов коммуникации, отмечено, что цифровые технологии способствуют развитию особой формы коммуникации, направленной на представление себя другим посредством размещения своих фотографий в Сети. Научная новизна работы заключается в выявлении онтологически-социального значения влияния цифровых технологий на коммуникативную составляющую современного общества с позиции гаджетоопределяющего компонента – когда электронное устройство выступает в роли посредника, диктующего новые правила поведения и способы коммуникационного взаимодействия. В представленной статье рассмотрены формы межличностного общения и коммуникационных стратегий поведения, вызванных развитием digital-технологий, определены негативные последствия экранной и визуальной коммуникации, предложены идеи для их преодоления. В результате исследования авторы пришли к выводу, что селфи – как особый способ самопрезентации и представления информации о себе другим – является важным элементом коммуникации современного индивида. Этот вид коммуникации детерминирован развитием цифровых технологий и доступен каждому, поскольку не ограничен национально-культурным и языковым барьерами. Селфи – это визуализированный текст, не требующий особой эрудиции для его понимания, что обуславливает как положительные, так и негативные стороны этого феномена. Авторы полагают, что в будущем селфи не утратит своей актуальности, поэтому рассмотрение его с позиции неотъемлемой и неизбежной коммуникативной составляющей современного бытия откроет новые горизонты в исследовании человека и общества, а также поможет минимизировать негативные последствия применения этого вида передачи информации.

EN

The impact of digital technologies on the existence and development of new forms of communication (selfies)

S. M. Frolova, V. E. Nikolashkina

Abstract. The research aims to determine the impact of digital technologies on the development of new forms of communication (including selfies) that respond to the needs of the modern individual. The article provides a theoretical reflection on the features of the development of information and communication technologies and their impact on meeting the communication needs of society. The negative consequences of screen-based and virtual communication are highlighted, and it is noted that digital technologies contribute to the development of a special form of communication aimed at presenting oneself to others through the posting of one's photographs online. The scientific novelty of the work lies in identifying the ontological-social significance of the influence of digital technologies on the communicative component of modern society from the perspective of the gadget-defining component, where the electronic device acts as an intermediary, dictating new rules of behavior and methods of communication interaction. The article examines forms of interpersonal communication and communicative behavior strategies caused by the development of digital technologies, identifies the negative consequences of screen-based and visual communication, and offers ideas for overcoming them. As a result of the study, the authors concluded that selfies, as a special way of self-presentation and conveying information about oneself to others, are an important element of communication for the modern individual. This type of communication is determined by the development of digital technologies and is available to everyone, as it is not limited by national-cultural and language barriers. Selfies

are a visualized text that does not require special erudition to understand, which explains both the positive and negative sides of this phenomenon. The authors believe that selfies will not lose their relevance in the future, therefore, considering them from the perspective of an integral and inevitable communicative component of modern existence will open up new horizons in the study of man and society, and also help minimize the negative consequences of using this type of information transmission.

Введение

Актуальность темы обусловлена необходимостью исследования проблем, вызванных последствием стремительного развития современных цифровых технологий, детерминировавших, с одной стороны, значимость их в современной жизнедеятельности, а с другой – изменение бытия человека, «текстуры» его повседневности, повлекшие трансформацию форм коммуникации и методики подачи информации. Исследование модификаций современной коммуникации, новой формой которой выступает селфи, поможет избежать рисков, связанных с высоким распространением экранной культуры, спрогнозировать дальнейшее изменение поведенческих и культурных установок современного общества.

С внедрением технических средств индивид обрел новые возможности в выборе, оплате и покупке товаров, в доступе к произведениям искусства, коммуникации, в восприятии реальности. Если ранее повседневность воспринималась как повторяющееся однообразие, в котором проявлялась неповторимость жизнедеятельности субъекта, то сегодня при внешней стандартности и рутинности бытия изменения происходят с невероятной скоростью – меняются модели цифровых устройств, а вместе с ними и способы получения знаний и информации. Ушло в прошлое освоение реальности посредством каждодневного наблюдения за природой и жизнедеятельностью человека, современный источник получения информации/знаний – это Интернет, и соответственно – мониторы и экраны смартфонов.

Задачи исследования заключаются в: проведении социофилософского анализа новых факторов коммуникации; выявлении причин изменения методики передачи информации; определении роли гаджетов в модификации способов межличностного общения и коммуникационных стратегий поведения; рассмотрении самофотографирования (селфи) как одной из форм коммуникации, обусловленной развитием digital-технологий.

Для достижения поставленной цели и задач исследования были использованы следующие методы: 1) аналитический метод применялся при анализе научной литературы по теме исследования, что помогло выявить и сопоставить различные научные концепции, отражающие коммуникационные реалии современного общества; 2) социологический метод использовался при анализе причин массового распространения селфи; 3) применение индуктивного метода было незаменимо при сборе отдельных научных позиций и взглядов на использование виртуального, экранного способов коммуникации и формирование авторской позиции на современную коммуникацию; 4) сравнительный метод помог сопоставить научные идеи в области философии, психологии, педагогики и выявить сходства и различия позиций на особенности развития коммуникации в современном обществе; 5) психологический метод применялся при формировании рекомендаций по минимизации рисков, связанных с распространением экранной культуры; 6) социокультурный подход позволил раскрыть этическую составляющую современного бытия при изменении коммуникации.

Теоретическую основу статьи составили работы в области социальной философии, посвященные философскому анализу антропологических и социальных изменений в условиях цифровой реальности (Асеева, 2023; Бен-Чхоль Хан, 2023; Иванов, 2002; Иоселиани, 2019; 2020; Нейсбит, 2009; Симбирцева, 2013; Чумаков, 2006); работы А. Гринфилд (2019), В. В. Миронова (2019), В. А. Кутырева (2010), Н. В. Чичериной (2022) посвящены анализу проблем трансформации представлений о бытии, культуре, формах передачи информации в эпоху интенсивного развития информационно-коммуникационных технологий; учение П. А. Флоренского (2000) актуально при выявлении роли и значении воспитания и образования; современный подход психологических проблем общения и деятельности в современном мире отражены в исследованиях В. Л. Бозаджиева (2021), Л. В. Баевой (2014).

Практическая значимость: проведенное осмысление изменений коммуникативных форм современного общества представляется эмпирически важным при формировании комплекса мер по предотвращению рисков и возможных негативных последствий цифровизации, а также при выработке этических, культурных установок передачи информации.

Обсуждение и результаты

Социально-философские основания изменения коммуникации и повседневности современного обывателя

Став «сетевым индивидом» (Гринфилд, 2019, с. 17), обыватель XXI века постепенно утрачивает не только автономность и безопасность, но и способность к созерцанию. Согласно Бен-Чхоль Хану, глубокое созерцание способствует культурному достижению, поскольку «культура предполагает окружающий мир, в котором возможно глубокое внимание» (2023, с. 70). С позицией современного мыслителя сложно не согласиться, ведь ранее, благодаря спокойному, повседневному наблюдению, простой обыватель обретал знания, формулировал свои идеи, делал открытия, которые впоследствии преобразовывали бытие общества. Именно способность

«глубокого внимания» к реалиям каждодневного бытия, которые являлись основой построения познания на протяжении тысячелетий, в эпоху цифровизации претерпела значительные изменения, что модифицировало способы коммуникации, а вместе с ними – восприятие окружающего мира и повседневную деятельность людей.

Современные технические средства позволили человеку выйти за пределы воспринимаемого посредством органов его тела окружающего мира, технический триумф наводит на мысль о том, что тысячелетних эмпирических достижений становится недостаточно для постижения окружающей человека реальности. И дело не только в том, что при помощи современных разработок человек может увидеть и исследовать то, что ранее не было доступно, сегодня деятельность человека вышла за рамки его воображения, а «...собственно человеческое мышление, как и чувства, нас больше не ориентируют. Оно недостаточно “малó” для новых миров» (Кутырев, 2010, с. 14), созданных цифровыми технологиями. Так, например, виртуальная реальность, вне зависимости от приобретенного опыта, обозначила «телесную слабость» ее создателя, ведь виртуальный мир позволяет присутствовать в нем без участия тела человека. Современный обыватель выигрывает гонки, играет в футбол, не вставая со стула, для многих работа невозможна вне компьютерных технологий. Повсеместное внедрение «цифры» стало обыденной действительностью человека XXI века, меняющей привычные (в прошлом) стороны и ориентиры его бытия, формирующей иной опыт каждодневности в области духовных, аксиологических сторон жизнедеятельности. Единственное, что остается постоянным для человека, – это потребность в общении, но развитие цифровизации не оставило и эту важнейшую составляющую жизни субъекта без изменения – цифровые технологии кардинально модифицировали информационно-коммуникативную среду бытия, изменили ее качественные характеристики, создали «новую парадигму» (Иоселиани, 2020, с. 29) передачи информации. Общение становится поверхностным, часто носит фрагментарный характер, но посредством технологий (парадокс!) привлекает значительное количество малознакомых или даже незнакомых людей, что искажает значимость социальной роли индивида, его личных связей.

Особенности коммуникации в условиях присутствия посредника-гаджета. Селфи

Постоянное взаимодействие человека с цифровыми технологиями, общение и получение информации посредством их же формируют особую среду повседневной жизнедеятельности, в которой предпочтение отдается не традиционному, «живому», а виртуальному, экранному общению. Индивид общается с огромным количеством «друзей», ставит лайки, высказывает свое мнение не потому, что оно очень важно для других, а потому, что постоянное отслеживание информации в Сети считается показателем включенности в общение и активного «взаимодействия» с социумом. Складывается впечатление, что коммуникация необходима только для того, чтобы активно задействовать технические средства и показать степень овладения ими.

Стремление к получению/передаче информации через экран и уход от живого общения можно отнести к важным показателям изменения в информационно-коммуникационной среде. Заслуживает внимания проведенная В. В. Мироновым аналогия пространства глобальной коммуникации с «реализованным образом» платоновской пещеры – когда молодые люди, находясь в одном помещении, практически исключают речевую коммуникацию, предпочитая общение посредством гаджетов. Такая ситуация напоминает погружение в мир теней, причем уход в этот мир обусловлен «собственной привязанностью к виртуальному миру в смартфоне» (Миронов, 2019, с. 12-13) или другом гаджете.

Виртуальное общение стало обыденностью, причины тому не только в доступности, возможности мгновенной передачи информации или нивелировании пространственных и временных установок. Виртуальная коммуникация дает возможность «примерить маску» или роль, недоступные индивиду (в силу некоторых обстоятельств – возрастных, физических, психологических) в реальной жизни, и при этом остаться неузнаваемым для знакомых с ним людей. Складывается впечатление, что жизнь стала интереснее, богаче по эмоциональному содержанию, поскольку реализовались потребности человека в доступности информации, в возможности заявить о себе, расширить круг общения, найти единомышленников. Казалось бы, получено то, к чему стремился человек, но достижение желаемого не оправдало надежд: не удалось победить одиночество, найти желаемую поддержку. Вероятно, это обусловило формирование особой формы коммуникации, направленной на представление себя другим посредством селфи – самофотографирования – и размещение этих фотографий в Сети.

Селфи распространилось настолько, что «стало... обязательной частью нашей жизни» (Конева, Лисенкова, 2018, с. 225), определяющей «личный уровень новостной повестки» (Демидов, Беловол, Цветкова и др., 2015, с. 104), наложившей существенный отпечаток на поведение современного человека. Существует мнение, что стремление к селфи связано со стремлением к индивидуализации, при котором заявление о себе сложно представить без фото, размещенного в Сети, а уверенность и самооценка зависят от виртуального одобрения (то есть от количества подписчиков и лайков) пользователей. Если так, то совершенно обоснованным можно считать мнение о том, что в информационном мире жизнь выстраивается по принципу: «Если тебя нет в Сети, ты не существуешь...» (Баева, 2014, с. 8). Скорее всего, это является одной из причин популяризации селфи, но авторы этой статьи полагают, что стремительное распространение самофотографирования обуславливается также зависимостью от интернет-технологий.

Цифровые технологии позволяют человеку зафиксировать посредством фотографии каждый шаг, обеспечивая тем самым «прозрачность» своего бытия. Настораживает, что такое поведение тиражируется детьми. Эта тенденция стала настолько заметной, что даже кинематограф, точнее, знаменитый юмористический киножурнал «Ералаш» (выпуск 306), счел необходимым обратить внимание и в шуточной форме покритиковать страсть к селфи школьницы, которая пытается запечатлеть на фото каждое мгновение своего дня – от упавшего на пол завтрака и похода в школу до неутешительного результата своего увлечения.

Селфи создает особую сетевую форму самопредставления, которая становится «онтологически важной» (Баева, 2014, с. 8) стороной жизнедеятельности современного человека. Намеренность создания планируемого образа для обеспечения положительного впечатления у сетевого «собеседника» обуславливает тщательную авторскую корректировку фотографий, размещаемых в Сети. Авторы не смущаются, что представительный облик не соответствует реальному, основная цель – продемонстрировать желаемый вариант внешности, отвечающий стандартизированным рамкам образа, одобряемого в Сети. Не удивительно, что при встрече офлайн виртуальные собеседники испытывают разочарование из-за несоответствия размещенного в Сети образа реальному.

Образ, согласно О. А. Штайн, – «это представление образа себя, тогда как изображение – это представление представления...» (2012, с. 69). Многообразие социальных ролей и дискурсивных практик современного человека обуславливает представление себя другому в соответствии с принятыми в обществе этическими, нормативными, культурными установками, что предполагает выполнение определенных ролей, формирующих социальную маску, которая не всегда соответствует реальному, внутреннему «я».

Посредством маски человек целенаправленно подчеркивает свою причастность к определенной группе через внешность/поведение, демонстрирует их в доступном для других пространстве (в том числе в Сети). В этой связи утверждение о том, что селфи представляет «содержание идеи маски, сформулированное во многообразных видах» (Тихомирова, 2014, с. 73), имеет определенную значимость. Человек, размещая фото в Сети, с одной стороны, пытается подчеркнуть индивидуальность, отличие от других, с другой – обозначить непротиворечивость общим правилам. Соответствовать существующим поведенческим установкам, казаться лучше всегда было свойственно человеку, современные технологии модифицируют формы коммуникации, но не меняют стремление человека представить себя обществу в желаемом образе, и виртуальный мир дает для этого неограниченные возможности.

Виртуальность, пишет Д. В. Иванов, замещает реальность образами, а «компьютеризация повседневной жизни вводит в обиход виртуальную реальность в качестве подобия... симуляции реальных вещей и поступков» (2002, с. 20). В этой связи возникает аналогия с описываемым П. А. Флоренским (2000, с. 24) в одной из своих работ образом медуз, которые теряли свою привлекательность и превращались «в бесцветную слизь», как только их вытаскивали из воды. Так и в виртуальной реальности созданные образы утрачивают ценность вне нее, и поэтому искусственно созданные представления актуальны только для той среды, в которой они пребывают.

Если исходить из того, что коммуникация – это трансляция/передача информации, то размещение селфи в Интернете также можно отнести к коммуникации. Согласимся с позицией авторов, заметивших (ссылаясь на П. Рутлежа), что селфи – это не «идентификация», а «коммуникация», «привлечение к диалогу» (Демидов, Беловол, Цветкова и др., 2015, с. 104), поскольку фото «в определенном контексте» может рассказать больше, чем письменное описание. Следовательно, страсть к фотографированию нельзя ограничить одним только желанием оставить память о «том, где был», это сочетание многих стремлений – от нарциссизма, самопрезентации и поднятия собственной самооценки до реализации потребности в коммуникации, это – бесперебойная возможность общения в пространстве цифровой реальности, которое обусловлено достижениями технического прогресса и цифровой культуры XXI века. Даже если изменения в коммуникации не всегда одобряемы, надо признать их неизбежность и значимость.

Сложно не согласиться с тем, что способ и язык общения – это отражение практик повседневного бытия, указывающее на изменение его основных ориентиров и приоритетных направлений. Так, «если общественный организм как самоорганизующаяся система постоянно совершенствуется и изменяется» (Чумаков, 2006, с. 223), то модернизация коммуникации так же естественна, как и изменение жизнедеятельности человека и общества. Сегодня сложно представить жизнь без «цифры», мы привыкли к онлайн-платежам и онлайн-заказам, к молниеносным ответам на наши вопросы и т. д. Полагаем, что динамичность бытия предопределяет высокий темп в обмене знаниями, сведениями, в том числе о себе. Если оставить прежний ритм обработки и восприятия информации, то это отразится не только на экономическом развитии, но и на понимании между людьми. Смеем предположить, что для полного понимания феномена селфи нельзя ограничиваться восприятием этого явления только стремлением личности к самопрезентации. Селфизация представляет измененную, ускоренную форму коммуникации, предполагающую быструю передачу сведений о своем образе жизни, окружении, предпочтении, вкусах. Это, с одной стороны, возможность *сообщить* всем, что ты есть; с другой – *заявить* о себе, при этом цель может быть самая неожиданная – от самоутверждения, поиска друзей и работы до психологической разгрузки, возможности «выговориться», обозначить желаемую цель, засвидетельствовать свое присутствие в определенном пространстве и получить оценку своим действиям и образу.

Безусловно, все новое вызывает не всегда позитивное его восприятие и часто провоцирует непонимание. Постоянное присутствие современного обывателя в Сети исключает вдумчивое чтение и анализ текста (по причине усталости), просмотр же легкой для усвоения информации в виде коротких роликов или фотографий обеспечивает вождельное времяпрепровождение, а размещение собственных фото позволяет не только продемонстрировать себя в соответствии с самовосприятием, но и получить ответную реакцию – узнать мнение других о своей персоне. Последнее в современном виртуальном коммуникационном пространстве невозможно без создания блога, то есть веб-сайтов, содержание которых постоянно обновляется их создателями-блогерами посредством добавления информации, фото, изображений.

Блоги, число которых с каждым днем становится все больше, можно отнести к одному из популярных вариантов коммуникации, созданные веб-сайты дают возможность их посетителям обсуждать, давать комментарии, оставляя отзывы на представленный материал, создавая тем самым «феномен равноправной коммуникации», «публичную площадку для обмена мнениями, позициями, передачи определенных идей и информации»

(Никовская, 2022, с. 7, 8). Как новый вид виртуального общения блоги формируют свои правила в коммуникационном пространстве, противопоставляя их привычным письменным или устным способам обмена информацией. Например, для оценки понравившегося образа используется своеобразная оценка – «лайк», количество последних служит не только мерилом не- или одобрения размещенной информации, но и является показателем популярности блога. Отсюда стремление не только как можно больше разместить в Сети своих фото или видео, но и придумать новые форматы фото- и видеоконтента. Блогинг «в его узком понимании как работа автора над своим блогом, и в широком понимании как социальное явление» – «ярчайший» компонент «медиаполиса» и «медиажизни» (Чичерина, 2022, с. 74), но если для одних категорий пользователей это средство самовыражения и коммуникации, то для других – возможность заработать, поэтому информации некоторых блогов не всегда можно доверять. Мы поддерживаем позицию Н. В. Чичериной о необходимости проведения «медиаобразовательных мероприятий», направленных на формирование представлений «о характере, степени воздействия и возможных последствиях создания и распространения медиаинформации» (2022, с. 77), и критического осмысления представленных на веб-сайтах сюжетов.

Стремление к привлечению внимания, набору большого количества лайков обуславливает потребность создания оригинальных сюжетов, фото в необычных, порой опасных для жизни ситуациях, а страсть к постоянному самофотографированию, согласно мнению психологов (Бозаджиев, 2021, с. 14-15), формирует зависимость, которая определяется как потребность «чрезмерного фотографирования себя» (Курочкина, 2022, с. 42), сопровождающегося нарушением способности контроля времени, затраченного на самофотографирование. Исследователи считают, что «чрезмерное увлечение селфи носит характер массовой аддикции» (Шишкина, Чумаков, 2021, с. 32), что, по их мнению, обусловлено дефицитом внимания, но при этом не отрицают наличия у селфи положительных сторон, например, возможность использования селфи как инструмента, визуально подтверждающего наличие изменений при соблюдении диеты или выздоровлении. С. Н. Русанов и М. М. Авхименко называют патологическое увлечение самофотографированием «социальной эпидемией» и, затрагивая проблему медицинских селфи, считают, что «селфимания часто приводит к нарушению морально-нравственных норм» (2016, с. 46), и дают правовую оценку этому явлению.

Согласно приведенным Е. В. Шишкиной и В. И. Чумаковым социологическим исследованиям, только «каждый пятый респондент» признал, что «тратит на данное пристрастие слишком много времени» и «почти все участники опроса... считают, что могут обойтись без публикации автопортретов продолжительное время» (2021, с. 34). Полагаем, что стремление к пошаговому самозапечатлению обусловлено не столько зависимостью, сколько желанием сделать оригинальное фото, а также удивить (собрать лайки) пользователей Сети и узнать их мнение о себе, что еще раз подтверждает позицию авторов о коммуникационной составляющей селфи. Безусловно, страсть к самофотографированию отвлекает, изменяет способ времяпрепровождения и обмена информацией, но говорить о зависимости в ее негативном (то есть непреодолимом желании фотографировать и фотографироваться) значении пока преждевременно.

Нельзя не отметить, что коммуникация предполагает не только визуально-личностную составляющую, этот процесс включает единство взаимодействий на интеллектуальном, гносеологическом, онтологическом, чувственном и эстетическом уровнях. Уход от целостности в коммуникационном взаимодействии и доминирование в нем одного из факторов не только ограничивает развитие познавательного, творческого потенциала, но и препятствует адекватному восприятию собеседниками друг друга, формированию целостного образа личности. Кроме того, преобладание визуального восприятия действительности способствует изменению мышления, снижению словарного запаса, сужению круга «живого» общения, и его замена на виртуальные контакты в сетях «ставит проблему овладения реальными социальными навыками» (Скидан, 2021, с. 111), в том числе умением слушать, сопереживать, работать в команде. Приведенный перечень проблем, связанных с расширением технических возможностей, не означает необходимость сокращения (это уже невозможно в условиях современности) использования последних. А. Д. Иоселиани, рассуждая об искусственном интеллекте, справедливо замечает, «что со временем количество минусов будет все меньше и меньше. Важно то, что мы можем определить проблемы, которые лежат перед нами, и признать нашу ответственность, чтобы быть уверенными, что мы можем в полной мере воспользоваться преимуществами и минимизировать негативные последствия» (2019, с. 105). Данная цитата, на наш взгляд, актуальна по отношению к феномену селфи.

Последствия цифровой коммуникации

Современные технологии сегодня «выполняют культуруобразующую функцию, с их помощью создается особая культурная среда со своим особым контентом и нормами социального общения и взаимодействия» (Иоселиани, 2020, с. 30), проблемами и рисками. Преобладание экранного и виртуального видов коммуникации ставит перед риском формирования цифрового аутизма – состояния, «при котором молодые люди не могут поддерживать длительный психологический контакт друг с другом», им не интересны внутренние переживания других людей, «ценности каждого из них в отдельности» (Курпатов А. В. Личностная трансформация в цифровую эпоху. 2020. https://kpfu.ru/portal/docs/F1116667499/ID.KurpatovDavos20_26.1.20.pdf). Как следствие недостатка общения офлайн, молодые люди начинают испытывать трудности с передачей информации.

Искусство рассказывать, пишет В. Беньямин, разрушается, так как «исчезает сообщество слушающих», ведь чтобы запомнить историю, необходимо запечатлеть услышанное, «забыть о себе» (2004, с. 394), а это в условиях интернет-коммуникации, предоставлении информации о себе посредством самофотографирования, практически невозможно. Полагаем, что к фактору, снижающему умение слышать, можно отнести ориентир размещающего фото в Сети на быстрое привлечение внимания к своей персоне, что обуславливает стремление

к нестандартности облика или, как отмечает И. А. Асеева, к его «эпатажности, хайповости» (2023, с. 25). *Такой способ подачи информации далек от классической формы коммуникации – диалога, при котором для достижения истины (это являлось основной целью) важно выслушать и понять позицию/мнение обеих сторон.*

Еще к одной из причин изменения форм передачи информации можно отнести уход от практики чтения книг. Преобладание аудиовизуальной коммуникации привело к тому, что современный обыватель отдает предпочтение реферативному чтению, беглому просмотру информации в интернет-источниках, заменяя тем самым приоритетный в прошлом способ получения информации – чтение книг. Уход от прямого взаимодействия с книгой, замещение текстуальной буквы на оптический образ «вытесняет словесное повествование» и завоевывает мир «в ущерб печатному слову» (Нейсбит, 2009, с. 129), лишает человека способности критического анализа прочитанного, что способствует формированию рефлексивного мышления, стандартизирует восприятие материала.

Согласно С. И. Ожегову, «читать» означает «воспринимать зрительно и интеллектуально какое-нибудь произведение», «воспринимать написанное, произнося или воспроизводя про себя» (Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений. Изд-е 4-е, доп. М.: А ТЕМП, 2006, с. 886). Экранизация, краткое изложение содержания, дающие описание и характеристики главных героев литературного произведения, комментарии предполагают иную, порой однотипную версию восприятия произведения, уводят от диалога «с автором, героями, эпохой вне зависимости от массовых коммуникационных структур» (Симбирцева, 2013, с. 149), искажают смысловое содержание работ. Подтверждение этому находим в материалах исследователей, утверждающих, что большая часть «школьников изучает произведения либо в адаптированных изложениях, либо в формате краткого содержания» (Саломадин, Петриева, 2022, с. 132). Нельзя не учитывать, что развитие цифровых технологий предполагает изменение статуса чтения, молодые люди чаще отдают предпочтение электронным и аудиокнигам, но тем не менее приходится с сожалением констатировать, что «в последние годы интерес к чтению подростков значительно сократился» (Каковкина, 2021, с. 1), а если и читают, то среди наиболее популярного жанра художественной литературы выделяют фэнтези, что, на наш взгляд, можно отнести к стремлению (по аналогии с виртуальным миром) уйти от сложности повседневных реалий, погрузиться в мир воображаемых персонажей. Выше уже была отмечена неизбежность изменения коммуникативной культуры наряду с развитием общества, но считаем необходимым заметить, что человек на всех этапах своего развития никогда не отрицал достижений и опыта предыдущих поколений. Способ коммуникации посредством визуализации является одним из самых древних.

Далекий предок человека, изображая сцены охоты, рядом с фигурой животного всегда рисовал себя, дабы подчеркнуть значимость того, кому необходима помощь для победы над крупной добычей. Древний человек запечатлевал желаемое, показывал то, к чему необходимо стремиться и, следовательно, что должно вызывать одобрение у окружающих. Так, посредством визуального способа коммуникации была передана информация о роде занятия древнего человека, о видах животных, которые водились поблизости, о формах и размерах орудий охоты.

Художественное творчество во все времена давало информацию для будущих поколений об эпохе, моде, интерьере, внешности человека, его статусе. Создание картин, портретов/автопортретов требовало от их создателей-художников таланта, специального образования, особого творческого мышления, доступных далеко не каждому. Современный же человек посредством технических средств преодолел барьеры (наличие таланта и др.) для запечатления себя и других. Цифровые технологии дали возможность не только создать желаемый образ, но и рассказать о себе другим, разместив свое фото в Сети и оставив таким образом цифровой след, обозначив свое присутствие в этом мире.

Исходя из вышесказанного авторы статьи полагают, что селфи – это современная невербальная форма коммуникации, базирующаяся на стремлении человека передать информацию о себе, своем окружении, своих достижениях другим в медиапространстве. Селфи, благодаря современным технологиям, не требует больших физических или экономических затрат, и еще оно понятно для всех. В век ежедневного огромного потока информации эта форма коммуникации очень удобна и потому широко распространена. Именно по причине необходимости быстрого усвоения информации утрачивает популярность практика вдумчивого чтения и тщательной проработки текста.

Важно осознавать, что преобладание визуального, невербального способов коммуникации может иметь не всегда положительные последствия. Ведь методы передачи информации (как и само человечество) совершенствовались и виртуозно сочетали множество методик, каждая из которых уникальна. Каждый человек самобытен, его речь, интонации, жесты и даже восприятие любого явления (или вещи) своеобразны и неповторимы. Если мы сконцентрируемся только на визуализации и поверхностном восприятии получаемых и усваиваемых данных, то не лишится ли человек исключительного дара, формировавшегося тысячелетиями, – способности красиво говорить, эмоционально, посредством слова и жестов, выражать свои чувства, мысли, фантазии, не утратит ли он способность различать подлинное от вымышленного, реальное прекрасное от форматированного, искусственного? Данные вопросы нуждаются в осмыслении и изучении, полагаем, что в ближайший период им будет уделено достаточно внимание исследователями различных научных направлений.

Заключение

Подводя итог, резюмируем, что внедрение в повседневную практику цифровых технологий – это *необходимый и неизбежный процесс* современности, существенно меняющий бытие обывателя XXI века, вносящий

свои коррективы в процесс передачи информации. Техническая модернизация обусловила социокультурные изменения нашего бытия, модифицировала не только важнейшую и значимую для человека коммуникативную составляющую, но и открыла возможности применения новых форм взаимодействия, представила иные, в том числе компьютеризированный, способы восприятия и познания мира, обусловила формирование иных поведенческих установок.

Отметим, что модификация коммуникации, образа жизни человека при развитии новых технологий неизбежна, ведь изменение технических возможностей всегда вело к новым формам обмена информацией (письменность, радио, телевидение). В современном мире быстрое развитие технологий предполагает расширение сферы применения технических средств, что детерминирует возрастание скорости обработки и передачи важных для человека сведений и обуславливает недопонимание между поколениями, причем не только отцов и детей. В исследованиях есть интересное наблюдение о том, что «сегодня достаточно часто студенты старших курсов не вполне уже понимают студентов первого курса» (Миронов, 2019, с. 8), поскольку их отличает разница интересов, связанных с использованием современных технологий.

Полагаем, что широко внедряемый в повседневную практику феномен селфи – это модифицированная форма коммуникации, возможность развития которой обеспечивают цифровые технологии. Считаем, что со временем этот вид обмена информацией обретет более совершенную форму и будет выступать только в качестве вспомогательного средства для более точного восприятия передаваемых идей.

Бесспорно, цифровые технологии дают широкий простор для обмена информацией, обучения, самопрезентации и самовыражения. Но, как известно, решение одних проблем способствует возникновению новых, на которые считаем необходимым обратить внимание:

– В эпоху цифровизации человек стремительно погружается в виртуальность, заменяет «живое» общение на экранное. Виртуальные пространства позволяют примерить разные роли, создать то, чего не существует в реальности, то есть поэкспериментировать со своей внешностью и узнать реакцию на созданный в виртуальном мире облик. Одобрение созданного образа посредством лайков вызывает поверхностный, сиюминутный интерес, поскольку появляется другая информация, которую надо успеть оценить таким же мгновенным нажатием кнопки.

– Современный человек, погружаясь в виртуальность, уходит от адекватной оценки реальных событий; возрастающее стремление к самопрезентации в Сети способствует искаженному самовосприятию, формированию интернет- и селфи-зависимостей.

– Большой поток информации, доступ к которой дают цифровые технологии, не способствует получению глубоких познаний, стремление к усвоению большего количества информации уводит современного обывателя от вдумчивого восприятия, снижает интерес к чтению, обедняет словарный запас.

В связи с неизбежностью цифровизации всех сфер бытия считаем необходимым выработать меры для ухода от возможных негативных последствий. Для этого важно обратить внимание на формирование умения безопасного использования Интернета, развитие навыков в области цифровой этики, уважительного отношения к книге. Все это не исключает использования цифровых технологий, ведь читать можно и на электронном носителе, важно, что и как читать. Также необходимо адекватно оценивать свои действия, понимать значимость коммуникации, которая не только дает знания, она учит понимать и чувствовать красоту. Приоритетность общения посредством самопрезентации обедняет богатейший опыт общения, несет угрозу забвения накопленного тысячелетиями опыта коммуникационной практики человечества. Чтобы не допустить этого, необходимо всего лишь снизить стремление к безудержному подражанию и копированию, уйти от самопрезентации и продолжать (а тем, кто отвык, – научиться) видеть мир в его прекрасном многообразии.

Перспективы дальнейшего исследования заключаются в обосновании на уровне теоретической проработки изложенной гипотезы и формировании системы мер для преодоления рисков в изменении коммуникации, связанных с интенсивным внедрением цифровых технологий.

Источники | References

1. Асеева И. А. Антропологические дилеммы цифровой реальности: сущность и перспективы разрешения // Информационное общество. 2023. № 2.
2. Баева Л. В. Виртуальная коммуникация: классификация и специфика // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия «Философия. Психология. Педагогика». 2014. Т. 14. № 4.
3. Бен-Чхоль Хан. Общество усталости. Негативный опыт в эпоху чрезмерного позитива / пер. с нем. А. С. Салина. М.: АСТ, 2023.
4. Беньямин В. Маски времени. Эссе о культуре и литературе. СПб.: Симпозиум, 2004.
5. Бозаджиев В. Л. Гаджет-аддикции, их виды и психологические характеристики // Вестник Челябинского государственного университета. Образование и здравоохранение. 2021. № 2-3.
6. Гринфилд А. Радикальные технологии: устройство повседневной жизни / пер. с англ. И. Кушнareвой. М.: Дело, 2019.
7. Демидов Д. Л., Беловол Е. В., Цветкова Н. А., Цветков А. В. Двойственная природа социально-психологического феномена селфи: контент и анализ анкетирования // Историческая и социально-образовательная мысль. 2015. Т. 7. № 8.

8. Иванов Д. В. Виртуализация общества. Версия 2.0.: монография. СПб.: Петербургское востоковедение, 2002.
9. Иоселиани А. Д. «Искусственный интеллект» VS человеческий разум // Манускрипт. 2019. Т. 12. Вып. 4. <https://doi.org/10.30853/manuscript.2019.4.21>
10. Иоселиани А. Д. Социальные и психологические особенности интернет-коммуникации // Психология и педагогика служебной деятельности. 2020. № 1. <https://doi.org/10.24411/2658-638X-2020-10006>
11. Каковкина С. В. Отношение современного подросткового поколения к литературе и чтению (на основе опроса в ГБОУ «Школа Новокосино») // Старт в науке. 2021. № 6.
12. Конева А. В., Лисенкова А. А. «День без селфи прожит зря», или Цифровые визуальные стратегии самоидентификации // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2018. № 32.
13. Курочкина В. Е. Педагогическая профилактика селфи-аддикции подростков // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 3 «Педагогика и психология». 2022. № 4 (308). <https://doi.org/10.53598/2410-3004-2022-4-308-40-47>
14. Кутырев В. А. Бытие или ничто. СПб.: Алетейя, 2010.
15. Миронов В. В. Платон и современная пещера big-data // Вестник Санкт-Петербургского университета. Философия и конфликтология. 2019. Т. 35. Вып. 1.
16. Нейсбит Д. Старт! Или настраиваем ум!: перестрой мышление и загляни в будущее / пер. с англ. А. Георгиева. М.: АСТ, 2009.
17. Никовская Л. И. Блогинг как стремительно растущий институт публичной политики в контексте формирующегося сетевого общества // Социально-политические исследования. 2022. № 4 (17).
18. Русанов С. Н., Авхименко М. М. Селфимания – новая социальная эпидемия // Медицинская сестра. 2016. № 5.
19. Саломадин И. А., Петриева Л. И. Анкетирование читательских интересов средних и старших школьников в Ульяновской области как эффективный инструмент для формирования мотивации к чтению // Педагогика и просвещение. 2022. № 4. <https://doi.org/10.7256/2454-0676.2022.4.37411>
20. Симбирцева Н. А. Экранизация как визуализированный текст: к постановке проблемы // Известия Уральского федерального университета. Серия 1 «Проблемы образования, науки и культуры». 2013. Т. 116. № 3.
21. Скидан О. П. Антропологические аспекты цифровой трансформации социума: постановка проблемы // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия «Гуманитарные и социальные науки». 2021. Т. 21. № 5.
22. Тихомирова Е. Г. Маскарадность selfie как воплощение мотива презентации Я (феномен, его сущность и виды) // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2014. № 6 (62).
23. Флоренский П. А. Детям моим. Воспоминания прошлых лет. СПб.: ОМКО, 2000.
24. Чичерина Н. В. Блогинг как инструмент развития медиаграмотности // Terra Linguistica. 2022. Т. 13. № 4.
25. Чумаков А. Н. Метафизика глобализации: культурно-цивилизационный контекст. М.: Канон+, 2006.
26. Шишкина Е. В., Чумаков В. И. Феномен селфи-аддикции в молодежной среде // Научное обозрение. Педагогические науки. 2021. № 3.
27. Штайн О. А. Маска как форма идентичности: введение в философию образа. СПб.: Изд-во Русской христианской гуманитарной академии, 2012.

Информация об авторах | Author information



Фролова Светлана Михайловна¹, д. филос. н.
Николашкина Виолетта Евгеньевна², к. пед. н.

^{1, 2} Московский государственный юридический университет имени О. Е. Кутафина



Svetlana Mikhailovna Frolova¹, Dr
Violetta Evgenievna Nikolashkina², PhD

^{1, 2} Kutafin Moscow State Law University

¹ frolovasvetla777@yandex.ru, ² Vetic_vr@mail.ru

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 22.07.2024; опубликовано online (published online): 12.09.2024.

Ключевые слова (keywords): селфи; самопрезентация; экранно-виртуальная коммуникация; селфи-зависимость; коммуникационные стратегии поведения; selfies; self-presentation; screen-based and visual communication; selfie addiction; communicative behavior strategies.