

**Соловьева Людмила Николаевна****Solovieva Lyudmila Nikolayevna**

кандидат философских наук, доцент,  
доцент кафедры философии  
Московского авиационного института (национального  
исследовательского университета) «МАИ»

PhD, Associate Professor,  
Philosophy Department,  
Moscow Aviation Institute  
(National Research University)

## СОВРЕМЕННЫЙ ЧЕЛОВЕК КАК СУБЪЕКТ НОВОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ РЕАЛЬНОСТИ

## MODERN MAN AS A SUBJECT OF THE NEW COMMUNICATIVE REALITY

---

### Аннотация:

Статья посвящена философскому анализу проблем пребывания современного человека в условиях новой коммуникативной реальности. Обосновано, что прогрессивное развитие инфокоммуникативных технологий и массмедиа способствует формированию глобального информационного пространства как принципиально новой, нематериальной среды жизнедеятельности человека, в рамках которой продуцируется новый тип коммуникации – виртуальная коммуникация. Приведены основные характеристики виртуальной коммуникации, такие как бестелесность, анонимность, несинхронность, место локализации и др. Сделан вывод, что глобальная сеть Интернет представляет собой пространство символической коммуникации, в котором осуществляются социализация и самореализация личности. Показано деструктивное воздействие на человека, его психику виртуального общения, разрушающего систему традиционных ценностей, идентичность, общепринятые модели поведения и превращающего человека в одинокое интерактивное существо, растворяющееся в Сети и утрачивающее себя.

### Ключевые слова:

человек, коммуникация, виртуальная коммуникация, коммуникативная реальность, интернет, инфокоммуникативные технологии, массмедиа, глобальное информационное пространство.

---

---

### Summary:

The paper deals with the philosophical analysis of the modern man's status in the new communicative reality. The author proves that the progressive development of the infocommunication technologies and mass media contribute to the creation of a global information space as a fundamentally new environment for the human activity which produces a new type of communication, i.e. virtual communication. The study describes such characteristics of virtual communication as immateriality, anonymity, nonsynchronism, localization. It is concluded that the global Internet is a space of symbolic communication, in which the socialization and self-realization of the person are implemented. The research shows that virtual communication has the destructive effect on a person, his psyche, destroys the system of traditional values, identity, traditional behavior patterns, and turns him into a lonely interactive creature disappearing into the network and losing himself.

### Keywords:

man, communication, virtual communication, communicative reality, Internet, infocommunication technologies, mass media, global information space.

---

Рубеж последних двух тысячелетий ознаменовался небывалым ростом объема знаний и потоков информации, циркулирующих в обществе, ставших причиной не только очередной информационно-коммуникационной революции, но и условием качественной трансформации облика современного мира, сделав его по-настоящему открытым, безграничным, доступным, коммуникабельным. Информация сегодня по праву считается важнейшим фактором общественной жизни, выступая инструментом организации социума и задавая тон и параметры социальной жизни. Перманентные прогрессивные достижения в области совершенствования инфокоммуникативных технологий и массмедиа существенным образом меняют привычную действительность, способствуя постепенному ее замещению реальностью нематериальной, виртуальной, в пространстве которой все больше погружается современный человек.

Столь радикальные изменения не могли не отразиться на существующей системе коммуникации, обусловив появление принципиально нового способа взаимодействия между индивидами, не предполагающего обязательного физического присутствия, – виртуальной коммуникации. Лишенное условностей и ограничений глобальное информационное пространство обеспечивает беспрепятственную и мгновенную связь его участников, детерминируя динамичные трансформации общества и значительные социокультурные изменения, открывая иные, невиданные ранее горизонты постижения мира и вновь актуализируя проблему взаимодействия индивидов. Это ставит современного человека как ключевого субъекта новой коммуникационной реальности перед целым комплексом экзистенциальных вопросов, на которые он пока не готов ответить, что указывает на научную актуальность и необходимость всесторонней философской рефлексии заявленной проблематики.

Социальная активность людей в самых различных сферах постепенно смещается в виртуальное пространство. Для подавляющего большинства людей их социальные потребности существенно чаще формируются получаемой информацией, чем являются действительно необходимыми. Среди множества различных материальных и духовных нужд человека в XXI столетии особое место стали занимать потребности в разнообразной информации и быстрой коммуникации, способствуя даже формированию зависимостей. Однако в условиях достаточно высокого темпа жизни информация стремительно быстро устаревает, вынуждая человека постоянно отслеживать эти изменения и успевать реагировать на них. Такой спрос на информацию создает благоприятные условия для ее производства и распространения, превращая ее в своеобразный капитал, а информационную деятельность – в весьма прибыльное дело. Интернет в этом плане оказался весьма успешным технологическим проектом. Изначально глобальный информационный ресурс, интегрирующий автономные прежде области и системы массовой информации, со временем превратился в глобальное коммуникационное средство, где сетевая коммуникация представляется ведущим инновационным звеном. Предоставляя пользователю столь разноплановые информационные и коммуникативные возможности: от поиска необходимых рекомендаций по использованию информационных, финансовых, политических, психологических, образовательных и других технологий до поиска людей, знакомств, общения вне физического присутствия, географических, государственных и межкультурных границ, Интернет стал настоящей коммуникационной площадкой для самых различных социальных групп, остро ощущающих потребность в расширении информационного поля для взаимодействия, творчества, общения и времяпрепровождения.

В подобных условиях изменения претерпевает и само понятие «коммуникация», превращаясь из простого воздействия одних людей на других в ходе передачи информации в процесс передачи сообщения (информации), предполагающий явление соучастия при общественном приеме информации и образование некоего сообщества людей, получивших данную информацию. Таким образом обретается новый и ключевой смысловой оттенок термина «коммуникация» – «взаимодействие». Массовая коммуникация при этом понимается как процесс, включающий извлечение, переработку и передачу с помощью быстродействующих технических устройств специально значимой информации (знаний, нравственных ценностей, моральных и правовых норм), существующей в знаково-символической форме, а также прием этой информации численно большими, социально разнородными, рассредоточенными аудиториями [1, с. 194].

При такой глобальной экспансии инфокоммуникативных технологий и массмедиа, безусловно, наблюдается расширение спектра средств коммуникации, предполагающих всю совокупность воплощенной чувственности человека, оказывающей влияние на коммуникативный процесс. Индивид, обреченный постоянно следовать за быстро меняющимся информационным предложением, испытывает чрезвычайную и возрастающую информационную нагрузку. Будучи непосредственным участником массовой коммуникации, он постоянно сталкивается с непрерывным потоком образов, не только манифестирующих, но и маскирующих реальность. Специфика коммуникативного поведения теперь проявляется не столько в речевых месседжах, сколько в выразительных предьявлениях себя. Вследствие очевидной ограниченности вербального общения и благодаря преимуществам визуальных картинок кинематограф, телевидение, а особенно интернет превратились в движущую коммуникационную силу и решающий фактор конституирования нового социокоммуникативного пространства. Это во многом обусловлено стремлением человека получать готовые стандарты поведения, стереотипы восприятия, определенные визуальные образы, имиджи, легитимированные социумом. Неслучайно В. Беньямин называет современное общество зрительским, акцентируя внимание на визуальном аспекте коммуникации [2, р. 238], Г. Дебор – обществом спектакля, продуцируемого массмедиа [3, с. 23], а У. Эко – цивилизацией видения при ведущей роли визуальной коммуникации как способности иконического знака отражать реальность не прямо и реалистично, а посредством множественных интерпретаций [4].

Единое инфокоммуникативное поле становится местом настоящей социализации и самореализации личности, а индивид – непосредственным активным участником процесса конструирования и окружающей реальности, и самого себя путем создания новых идентификационных признаков, так необходимых в реальном мире, но абсолютно не востребованных в мире виртуальном. Воображение может домысливать, реконструировать, изменять жизненные явления, стирая грань между реальным и воображаемым. В конечном итоге виртуальные, анонимные контакты сводят коммуникантов к набору символов, означающих личность, освобождают тело от своей непосредственной физиологической функции быть проводником ощущений. Отсюда вытекают основные характеристики виртуальной коммуникации. *Бестелесность* – в сетевом пространстве участники коммуницируют виртуально, следовательно, могут никогда не предстать в реальном физическом обличье. *Анонимность и возможность быть кем угодно* – в виртуальном мире можно сконструировать личность, придумав имя, биографию, пол, возраст и другие идентификационные признаки,

реализовав тем самым свои истинные потребности. *Несинхронность* – в интернет-пространстве отправитель и получатель сообщений, как правило, находятся в разных временных отрезках; даже если коммуникация осуществляется онлайн, то ее в любой момент можно прервать, остановить, отложить. *Место локализации* – виртуальный мир не локализуется привычными параметрами пространства-времени, в Сети не существует ограничений в выборе места коммуникации, а местонахождение коммуникантов не играет абсолютно никакой роли. *Ограничение общения текстовой формой обмена информацией* – в виртуальной среде текст выступает основной формой самовыражения. *Отсутствие статусного взаимодействия* – в сетевом пространстве оценка коммуникантами друг друга осуществляется через содержание интеракции [5, с. 128–129].

В.Л. Римский, рассуждая о проблемах сетевой коммуникации, выводит весьма справедливую корреляцию: чем выше значимость ценностей индивидуализма и самореализации, тем большая вероятность виртуальной коммуникации в интернет-пространстве, культивирующем именно эти ценности. Но наблюдается и формирование обратной зависимости: сеть Интернет наиболее активно адаптируется к поддержке в виртуальной коммуникации именно этих ценностей [6, с. 135–136]. Это подчеркивал еще Г. Маркузе, рисуя образ «одномерного» человека, потребителя продукции массовой культуры, напроочь утратившего способность к трансцендированию [7, с. 320]. Наряду с одномерностью человека современной эпохи многие исследователи обнаруживают, наоборот, его чрезвычайную многомерность и разорванность. Г. Андерс, пытаясь осмыслить человека как субъекта пространства виртуальной коммуникации, предложил концепцию «рассеянного индивида», или «дивизума», колеблющегося между множеством разнообразных сообщений и их источников и утрачивающего упорядоченный образ мира и собственную идентичность [8, S. 139–140].

Приверженность индивидуализму, культивируемая глобальным инфокоммуникативным пространством, препятствует формированию длительных, многоаспектных и психологически глубоких связей. В Сети поддерживаются скорее краткосрочные и ситуативные взаимодействия и связи индивидов, обменивающихся недлинными текстовыми сообщениями, аудио-, фото- и видеоизображениями. При сверхбыстром обновлении информации становится нормой «скользить» по информационным сообщениям, комментариям к ним, не задерживая внимания и не концентрируя сознание, что во многом и формирует фрагментарность жизни, которая, по словам З. Баумана, «имеет свойство проживаться эпизодами, чередой бессвязных событий» [9, с. 201]. Это, безусловно, деструктивно воздействует на личность, разрушая ее. Индивид, получающий информацию фрагментарно, из разрозненных, иногда случайных источников, утрачивает целостный образ мира и собственную целостность. Ж. Липовецки называет такого человека, оказавшегося в ситуации информационной перегруженности, «пустым зеркалом», «вопросом без ответа», «неопределенной структурой» [10, с. 88], а Н. Больц определяет его (человека) как «момент переключения медийной связи» [11, S. 424]. Похожий образ интерактивного субъекта и у Ж. Бодрийяра – прозрачный и в силу этого интерактивный, доступный для всевозможных связей и комбинаций [12, с. 185]. Индивид, пытающийся выстроить коммуникацию в пространстве Сети, в большинстве своем испытывает одиночество, превращаясь в одинокого отправителя сообщений, бесконечно блуждающего по лабиринту аутокоммуникации, перечитывая собственные электронные дневники и надеясь на то, что кто-то в этот момент читает и смотрит его «творения», заменяя реальную коммуникацию воображаемой и все более укрепляя себя в иллюзии о неважности настоящего общения.

Новая коммуникативная реальность, таким образом, – это реальность образов, поверхностей, внешностей, а не глубинных сущностей. Эта ирреальность, практически не имеющая ничего общего с реальностью действительной, сконструированная искусственным способом, с одной стороны, раскрывает перед человечеством поистине безграничные возможности для коммуникации, связывая людей действительно в единое целое, с другой стороны, делает эти связи все менее прочными, превращая людей в одинокие интерактивные существа, ретрансляторы сообщений, утрачивающие собственное «я» и растворяющиеся в Сети, подтверждая идею постмодернистской смерти субъекта.

Из вышесказанного следует, что результатом опережающего развития инфокоммуникативных технологий и массмедиа является формирование глобального информационного пространства как новой среды жизнедеятельности современного человека, в значительной степени расширяющей его коммуникативные возможности: наряду с традиционными письменной и устной формами коммуникации возникают и принципиально новые, например виртуальная. Глобальная сеть Интернет с ее сервисами как раз выступает таким социокоммуникативным пространством, в рамках которого возможна виртуальная коммуникация как взаимодействие образов. Постепенно превращаясь в самостоятельный социокультурный фактор, виртуальная коммуникация задает параметры иного онтологического измерения человека – информационного, порождая диффузные идентичности и модели субъективности, трансформируя традиционные ценности и стереотипы поведения, разрушая человеческую личность. Не исключено, что во многом такой информационный эффект

заключается в его новизне. Современный человек увлечен этой игрой, но со временем придет осознание того, что рассеивание самого себя в бесконечном множестве случайных образов – это не самоцель человека, вступившего в коммуникацию с другим таким же человеком.

### Ссылки:

1. Костина А.В. Массовая культура как феномен постиндустриального общества. Изд. 5-е. М., 2011. 352 с.
2. Benjamin W. On the Image of Proust // Benjamin W. Selected Writings. Vol. 2, pt. 1. Cambridge (Mass.), 2005. 480 p.
3. Дебор Г. Общество спектакля. М., 2011. 180 с.
4. Эко У. От интернета к Гутенбергу // Чтение с листа, с экрана и «на слух»: опыт России и других стран : сб. материалов для руководителей программ по продвижению чтения. М., 2009. С. 70–79.
5. Чумаков А.Н., Иоселиани А.Д. Философские проблемы глобализации. М., 2015. 172 с.
6. Римский В.Л. Коммуникация в социальных сетях как рациональный ответ граждан на условия ограничения их гражданской и политической активности // Социальные сети и виртуальные сетевые сообщества. М., 2013. С. 132–146.
7. Маркузе Г. Одномерный человек. М., 2009. 336 с.
8. Anders G. Die Antiquiretheit des Menschen. Bd. 1. Über die Seele im Zeitalter der zweiten industriellen Revolution. München, 1961.
9. Бауман З. Индивидуализированное общество. М., 2002. 390 с.
10. Липовецкий Ж. Эра пустоты. Эссе о современном индивидуализме. СПб., 2001. 336 с.
11. Bolz N. Theorie der neuer Medien. München, 1990.
12. Бодрийяр Ж. Прозрачность зла. М., 2000. 258 с.

### References:

- Anders, G 1961, *Die Antiquiretheit des Menschen. Bd. 1. Über die Seele im Zeitalter der zweiten industriellen Revolution*, München.
- Baudrillard, J 2000, *The transparency of evil*, Moscow, 258 p., (in Russian).
- Bauman, Z 2002, *The individualized society*, Moscow, 390 p., (in Russian).
- Benjamin, W 2005, 'On the Image of Proust', *Benjamin W. Selected Writings*, vol. 2, pt. 1, Cambridge (Mass.), 480 p.
- Bolz, N 1990, *Theorie der neuer Medien*, München.
- Chumakov, AN & Ioseliani, AD 2015, *Philosophical problems of globalization*, Moscow, 172 p., (in Russian).
- Debord, G 2011, *The society of the spectacle*, Moscow, 180 p., (in Russian).
- Eco, U 2009, 'From the Internet to Gutenberg', *Chteniyе s lista, s ekrana i «na slukh»: opyt Rossii i drugikh stran: sb. materialov dlya rukovoditeley programm po prodvizheniyu chteniya*, Moscow, pp. 70-79, (in Russian).
- Kostina, AV 2011, *Popular culture as a phenomenon of post-industrial society*, 5th ed., Moscow, 352 p., (in Russian).
- Lipovetsky, F 2001, *The age of emptiness: essays on contemporary individualism*, St. Petersburg, 336 p., (in Russian).
- Marcuse, H 2009, *One-dimensional man*, Moscow, 336 p., (in Russian).
- Rimsky, VL 2013, 'Communication in social networks as a rational response of citizens to the conditions of limiting their civil and political activity', *Sotsial'nyye seti i virtual'nyye setevyye soobshchestva*, Moscow, pp. 132-146, (in Russian).