

как правило, не замечают этот образ, акцент преподавателя на нём помогает осмыслению экзистенциальных основ смысла смерти.

Эмоционально и интеллектуально просмотр фильмов оказывает очень сильное воздействие на студентов младших курсов. В результате социологического опроса студентов после изучения курса биоэтики выяснилось, что не только к искусственным абортам многие изменили своё отношение после изучения курса биоэтики. У кого-то более взвешенной стала позиция в отношении эвтаназии, а кто-то поменял свою точку зрения с «за» на «против». В целом, из высказанных устных отзывов студентов можно заключить о том, что просмотр фильмов на семинарских занятиях и на кружке свою задачу выполняет, при помощи аргументированного анализа и обсуждения проблем медицинской этики он заставляет обратить внимание на экзистенциальный центр медицины – на заботу о благе пациента.

Визуальные формы обучения студентов биоэтике помогают вносить в медицинское образование эмоциональную ноту, во врачебные дебаты – этические и социальные темы. Просмотр фрагментов кинофильмов обогащает изучение студентами медицинской этики, помогает достигать более глубокого понимания пациентов как людей с уникальным внутренним миром. В дальнейшем навык морального измерения своей собственной деятельности и медицинской практики вообще должен стать частью личной и профессиональной идентичности врача.

БИБЛИОГРАФИЯ

- Альмодовар 2003 – *Альмодовар П.* Поговори с собой // Искусство кино. 2003. № 5. С. 111–113.
- Аменабар 2005 – *Аменабар А.* Жизнь как смертельная болезнь // Искусство кино. 2005. № 1. С. 67–69.
- Кюблер-Росс 2001 – *Кюблер-Росс Э.* О смерти и умирании. Киев, 2001.
- Мещерякова, Герасимова 2006 – *Мещерякова Т. В., Герасимова О. В.* Осознание ценности жизни в пересечении этических позиций (анализ результатов социологического исследования динамики отношения к проблемам биоэтики российских студентов-медиков) // Бюллетень сибирской медицины. 2006. Том 5. № 5. С. 142–146.
- Первушина 2013 – *Первушина Н. А.* Эффективность применения визуальных средств обучения: определение границ // Высшее образование в России. 2013. № 2. С. 121–126.

Материал поступил в редакцию 01.09.2014

ОБМЕН ВИЗУАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ И КОРОТКИМИ СООБЩЕНИЯМИ КАК СОВРЕМЕННЫЙ ВИД СЕТЕВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

А. Г. Горбачёва

Новосибирский государственный университет экономики и управления

**Материал подготовлен в рамках проекта
«Построение неклассической антропологии. Новая онтология человека»
при поддержке Российского научного фонда
(грантовое соглашение № 14-18-03087)**

Рассмотрен такой современный вид сетевых коммуникаций, как обмен визуальной информацией и короткими сообщениями, ставший массовым в связи с доступностью фото- и видеокамер, быстрой и дешёвой сетевой связью, стремительным ускорением темпа жизни людей. Дана характеристика данного вида коммуникаций, проанализированы причины, поспособствовавшие росту его популярности, изучено и спрогнозировано их влияние на жизнь людей и на самих людей. Обосновано, что роль языка как средства передачи информации снижается в пользу невербальных, в особенности визуальных, форм общения.

Ключевые слова: визуальная коммуникация, интернет, информационные технологии, язык.

INTERCHANGE OF VISUAL INFORMATION AND SHORT MESSAGES AS A CONTEMPORARY TYPE OF NETWORK COMMUNICATIONS

Anna Gorbacheva

Novosibirsk State University of Economics and Management, Russia

We consider such a type of contemporary network communications as interchange of visual information and short messages which became popular due to availability of photo- and video-cameras, rapid and cheap connections, and drastic increase of life pace. We characterize these communications, analyze the reasons behind their popularity, study and predict their influence on people's life and people themselves. We give some arguments in favor of decrease of the role which human language plays in our life as a mean of data transmission.

Keywords: visual communications, Internet, information technologies, language.

С развитием информационных технологий люди всё чаще прибегают к коммуникации посредством обмена фото- или видеоматериалами и короткими SMS-сообщениями, репликами в чатах, на форумах и т.д.

Письменная и устная речь в традиционном их понимании используется всё меньше и меньше. Зачастую к фотографиям и видеоматериалам даже не создаются надписи, а юмор не рассказывается и не пересказывается, а просто указывается ссылка на соответствующий ресурс. Активнее всего данный способ общения используется в социальных сетях, но и другие средства – электронная почта, чаты, блоги, форумы – не остаются в стороне. Популярность подобного общения обуславливается высокой скоростью передачи и создания файлов, достоверностью передаваемой информации, низкой стоимостью средств общения, доступностью сети Интернет и т. д. Производители телефонов, планшетов, ноутбуков с каждой новой моделью совершенствуют видеокамеры своих устройств.

С. С. Аванесов считает, что в последние десятилетия очевиден перенос акцента с вербальных на визуальные формы коммуникации [Аванесов 2013 б, 229]. С. А. Смирнов описывает радикальные изменения в идентичности человека, в его привычках и моделях поведения с точки зрения языковых стратегий, подчёркивая, что это явление можно назвать «жизненным аутсорсингом», характеризующимся тем, что человек всё больше отдаёт свои функции машинам, переставая запоминать, писать, считать, делать покупки в магазинах [Смирнов 2012 а; Смирнов 2012 б].

Целью этого сообщения является философское осмысление данного явления и попытка понять его влияние на человека, его коммуникацию, его язык.

Причины массовых визуальных коммуникаций

До появления письменности люди уже использовали визуальные коммуникации, например, наскальные рисунки. Появление письменности отодвинуло визуальное общение на второй план – на первый план вышла устная и письменная речь. Современный же мир во многом способствует снижению роли речевого общения и повышению роли невербального.

Людей всегда привлекали красочные картинки, фильмы, анимация и другие мультимедийные материалы. С. С. Аванесов, полагает, что «слово (устное или письменное) менее впечатляет, чем наглядный образ» [Аванесов 2013 а, 70]. Раньше создавать такие материалы было довольно проблематично, и способными сделать их качественно оказывались в основном профессионалы: художники, фотографы, режиссёры и т. д. Даже с появлением массового производства фотоаппаратов делать это было сложно, поскольку фотографии были чёрно-белыми, хорошие фотокамеры дорогими, а печать снимков требовала значительного времени. Видеокамеры были ещё менее доступными; они даже выступали в качестве «суперпризов» в телешоу.

Что же привнесли технологии в нашу жизнь применительно к описываемой проблеме? Во-первых, средства фото- и видеосъёмки стали намного доступнее, что выражается как в их стоимости, так и в возможности приобрести (отсутствует дефицит). Сразу после съёмки материал готов к применению – дополнительная обработка не требуется.

Во-вторых, развитие средств связи, прежде всего сети Интернет, предоставляет возможность мгновенной передачи полученных материалов

как конкретному человеку, так и широкой аудитории. Кроме того, существует довольно продвинутое программное обеспечение с удобным интерфейсом, что позволяет пользоваться всеми этими устройствами даже любителю, плохо знающему технические подробности.

Третья причина носит социальный характер – это высокий темп жизни. Общество буквально требует от человека чрезвычайно активной деятельности и на работе, и во время досуга. Объём поступающей информации, требующей обработки, колоссален, хотя она, может быть, и не всегда по-настоящему важна. Современные средства связи позволяют общаться с большим числом людей одновременно. В итоге возникает «информационная алчность», выражающаяся в том, что одновременная доступность разной информации заставляет человека жаждать получить её всю и как можно быстрее. На чтение просто нет времени. На получение информации об одном объекте человек хочет затратить одну единицу времени или один взгляд и перейти к ознакомлению со следующим блоком данных. П. В. Кайгородов пишет: «В таком интенсивном информационном потоке у субъекта не остаётся времени на внимательное рассмотрение каждого конкретного случая и отдельной личности – он вынужден прибегать к упрощённому пониманию Другого» [Кайгородов 2013, 41].

Визуальное общение потакает «информационной алчности», давая возможность вместо прочтения описания чего-либо просто взглянуть на картинку. П. Изомурсу предлагает три метафоры, описывающие работу человека в сети: сёрфинг (surfing), ныряние с маской и трубкой (snorkeling) и плавание с аквалангом (scuba diving), подчёркивая тем самым глубину вникания пользователя в сетевую информацию [Isomursu 2007, 263]. Действия пользователя, охваченного «информационной алчностью», безусловно, являются сёрфингом, если использовать эти метафоры.

Особенности современного сетевого общения

Посмотрев на стены социальных сетей, можно заметить, что в массовом порядке появляются различные так называемые «мемы» или единицы культурной информации, которые могут быть в форме шуток, фраз знаменитостей, видеороликов, фотографий и т. д. Причём эти «мемы» обычно созданы или придуманы не пользователем, который их выкладывает, а кем-то другим. Люди не создают, а просто копируют. Эта действительно потрясающая не существовавшая ранее возможность позволяет мгновенно скопировать чужой материал и не думать самостоятельно.

В условиях массового копирования материала и сокращения объёма своего собственного и аутентичного индивидуальность человека начинает проявляться не в его произведениях (текстах, рисунках), а в совокупности собранных им чужих материалов из всей сети и размещённых на своей странице. Описываемые тенденции нивелируют роль автора как такового. Как пишет А. В. Панкратова, «имён слишком много, чтобы их запоминать», а «знаменитые дизайнеры часто не так известны, как сетевые провинциальные художники»; поэтому «настоящим автором является пользователь, и его авторство заключается в том, чтобы из бесконечного визуального океана

выбрать картинки, соответствующие его личности или псевдоличности» [Панкратова 2010, 35]. Подобную «смерть автора» обозначил Р. Барт, сказав, что «написанное и создатель не имеют отношения друг к другу» [Барт 1994, 384–391]. Более того, получив чужой материал в свои руки, пользователь может отредактировать его, например, изменив цвет, добавив детали, надписи и пр.

В современном виртуальном мире резко возросла ценность кратких сообщений, которые уже сами по себе привлекают значительно большее внимание, чем длинные тексты. Пользователь не желает тратить время на прочтение подробных комментариев с описанием каких-либо событий или достопримечательностей – он буквально требует красочных и лёгких для восприятия материалов. По мнению А. В. Панкратовой, сегодня «возрастает ценность наброска, быстрого изображения, впечатления и одновременно нивелируется ценность законченной длительной работы, так как реакция зрителя не будет зависеть от количества вложенных в произведение усилий» [Панкратова 2010, 32]. В популярном сетевом сервисе Twitter даже установлено ограничение на длину сообщения, которое можно разместить.

Лёгкость создания аудио-визуальных материалов приводит к появлению низкокачественного контента, а также контента, который интересен только очень узкому кругу лиц, например, «Мой вчерашний день», «Я гуляю», «Я ем» и пр. [Doring 2006].

Влияние визуальных коммуникаций на интеллект

При визуальном общении человек использует свои интеллектуальные возможности значительно меньше, чем, например, при написании писем. Даже во время телефонного разговора, так или иначе, приходится думать и подбирать слова. Если человек хочет описать увиденное словами, то он думает, какие подобрать слова, чтобы более красочно и достоверно описать увиденное, а получатель фантазирует, переводя слова в образы. Что же происходит сейчас? Автору понравилась картинка или пейзаж, он её фотографирует или копирует и отправляет. Всё делается механически, на автомате. Возможно, добавляется надпись, подобная «Как красиво!». У получателя отпадает необходимость фантазирования, поскольку ему нужно просто посмотреть и оценить.

В одном из интервью П. Коэльо [Рочтение 2014] выразил мнение, что чтение – это не односторонний поток информации, направленный от автора текста к читателю, а диалог, где читатель играет активную роль. По словам Коэльо, фантазия является основным инструментом читателя, а серьёзный писатель, полагаясь на её наличие у этого самого читателя, оставляет определённый простор для читательских мыслей, не излагая всё в деталях.

Фантазия тесно связана с воображением, которое, по словам Дж. Собрана, неотделимо от интеллекта. «Воображение позволяет увидеть мир, какой он есть, понять людей такими, какие они есть на самом деле, оценить возможные последствия идей, предвидеть результаты различных вариантов действий, вникнуть в суть абстрактных соотношений, находить аналогии, рассматривать отдельные истины под разными углами зрения и уметь

отделять существенное от второстепенного» [Собран 2008, 214]. По мнению Д. И. Писарева, именно воображение заставляет человека «предпринимать и доводить до конца обширные и утомительные работы в области искусства, науки и практической жизни» [Писарев 1956, 177].

В то же время, визуальные коммуникации оставляют «читателю» значительно меньше простора для фантазии и воображения; человек как бы отвыкает фантазировать, думать. Коэльо отмечает, что у современных читателей с фантазией не всё в порядке, поскольку технологии и так ему всё покажут [Рочтение 2014]. Отсюда следует резко негативное влияние массовых визуальных коммуникаций на интеллект человека, подобно тем тенденциям, которые связаны с влиянием на него высокотехнологичных устройств [Горбачёва 2014, 136].

Обмен визуальной информацией превалирует над словесностью

Диалог – это беседа или разговор между двумя или несколькими лицами, предполагавший ранее только устную форму общения в силу невозможности быстрого обмена сообщениями в какой-либо иной форме. С развитием технологий передачи текстов жанр диалога стал включать в себя и обмен письменными репликами, приблизив к себе переписку, изначально не являвшуюся диалогом.

Непосредственная задача любого диалога – это обмен информацией, хотя цели такого обмена могут быть разными: развлечение, поддержание рабочего процесса, нанесение обиды и многое другое. Традиционно общение производилось средствами языка; представлен он, конечно же, мог быть и в устной, и в письменной форме, но сам факт его использования был неоспорим. Современные же технологии фото- и видеосъёмки вместе с технологиями передачи информации позволяют во многом заменять речь съёмкой и передачей полученного в виде образов материала. Описание наблюдаемых явлений в форме текста становится излишним.

Подобные технологии значительно облегчают и ускоряют процесс передачи данных, не требуя от человека подбора нужных слов для описания увиденного письменно или устно. Информация передаётся в неискажённом виде, исключая ситуации, подобные тем, которые возникают в известной игре «Испорченный телефон». В то же время, увеличивая достоверность передаваемых данных, общение образами отнимает у данных эмоциональную и индивидуальную составляющую. При общении языковыми средствами человек подбирает слова и формулирует мысли, а при использовании современных устройств этого делать не требуется: достаточно снять видеоролик или фотографию, разместив затем полученный материал в сети или переслав его. Более того, зачастую даже не приходится создавать свой материал, а достаточно скопировать чужой или прислать на него ссылку.

Активное применение фото- и видеоаппаратуры в процессе общения негативно влияет на словарный запас людей. Действительно, задавшись вопросом о том, зачем человеку богатый словарный запас, мы неминуемо приходим к тому, что он помогает передавать собеседнику или читателю всю полноту наблюдаемого явления или переживаемых чувств и эмоций; однако

возможность сфотографировать или снять на видео то явление, о котором хочется сообщить, может убрать все стимулы к обогащению словарного запаса ввиду того, что в рассматриваемой ситуации необходимость описания события человеческим языком просто отсутствует. В этом русле создан рекламный слоган компании «Кодак»: «Просто нажмите кнопку, а всё остальное мы сделаем за вас!». Можно согласиться с выводом И. А. Мальковской, которая считает, что «визуализация порой доминирует в ущерб словесности и традиционной интерактивности» [Мальковская 2008, 48].

Заключение

Рассмотренные тенденции приводят нас к выводу, что роль человеческого языка как средства общения снижается. Письменные сообщения становятся всё короче. Основная причина заключается в том, что уменьшается потребность в языке как в средстве передачи информации: вместо попыток осмыслить происходящее и сформулировать свои мысли устно или письменно люди всё чаще и чаще выбирают другой способ – они фотографируют или снимают видео и выкладывают полученные файлы в сеть.

БИБЛИОГРАФИЯ

- Аванесов 2013 а – Аванесов С. С. Визуальная антропология как исследовательская дисциплина // Томский журнал лингвистических и антропологических исследований. 2013. № 1. С. 68–74.
- Аванесов 2013 б – Аванесов С. С. Визуальная антропология: образ, субъект и коммуникация // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2013. № 9 (137). С. 229–235.
- Барт 1994 – Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. Москва, 1994.
- Горбачёва 2014 – Горбачёва А. Г. Человеческий интеллект: возможные изменения под влиянием информационных технологий и высокотехнологичных устройств // Идеи и идеалы. 2014. № 1 (19). Т. 2. С. 135–142.
- Кайгородов 2013 – Кайгородов П. В. Целесообразность концепции национальности как элемента самоидентификации // Идеи и идеалы. 2013. № 3 (17). Т. 2. С. 38–43.
- Мальковская 2008 – Мальковская И. А. Визуальная культура: проблема самоидентичности // Знание. Понимание. Умение. 2008. № 4. С. 45–49.
- Панкратова 2010 – Панкратова А. В. История графического дизайна и его использования в рекламе: XX и XXI век. Смоленск, 2010.
- Писарев 1956 – Писарев Д. И. Промахи незрелой мысли // Сочинения. Т. 3. Москва, 1956.
- Смирнов 2012 а – Смирнов С. А. Фармацевтика антропологических трендов. Антропологический форсайт // Вестник НГУЭУ. 2012. № 1. С. 88–104.
- Смирнов 2012 б – Смирнов С. А. Новые идентичности человека. Анализ и прогноз антропологических трендов // Отчёт о НИР № 14. В37.21.0979 от 07.09.2012 (Министерство образования и науки РФ).
- Собран 2008 – Собран Дж. Фантазия и воображение // ЭОН. Альманах старой и новой культуры. Москва, 2008. С. 214–216.

- Doring 2006 – Doring N., Gundolf A. Your life in snapshots: mobile weblogs // Knowledge, Technology & Policy. 2006. Vol. 19. № 1. Pp. 80–90.
- Isomursu 2007 – Isomursu P. et al. Metaphors for the mobile Internet // Knowledge, Technology & Policy. 2007. Vol. 20. Pp. 259–268.
- Прочтение 2014 – Программа «Прочтение» от 30 мая 2014 года. [Электронный ресурс] URL: http://www.vesti.ru/only_video.html?vid=601941 (дата обращения 28.07.2014).

Материал поступил в редакцию 26.08. 2014