

# ФИЛОЛОГИЯ

УДК 801.73

## ХАРАКТЕРИСТИКА КОММУНИКАТИВНОГО ПРОЦЕССА В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ

© 2017 г.

*И.В. Беспалова*

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, Н. Новгород

post-dada@yandex.ru

*Поступила в редакцию 12.05.2017*

Определяется специфика коммуникативного процесса в новом культурном пространстве – социальной сети. В статье даются основные характеристики социальной сети как среды, в которой осуществляется коммуникация: автономность, вариативность, виртуальность, интерактивность; анализируются особенности восприятия информации на разных этапах развития общества: на этапе фольклорного способа передачи информации, в эпоху письменности и книгопечатания, в эпоху цифровых технологий с присущей ей виртуально-знаковой средой процесса коммуникации. В ходе сравнительного исследования проводятся смысловые параллели между характером передачи и восприятия информации в допечатную и цифровую эпохи; в результате выдвигается гипотеза, что в основе процесса коммуникации в социальной сети лежат неизменные архаичные структуры человеческого сознания.

*Ключевые слова:* архаичные структуры сознания, вариативность, виртуально-знаковая среда, глобальное информационное поле, интерактивность, канал коммуникации, массовое тиражирование, мгновенность информации, социальная сеть, трансперсональное бытие.

Век цифровых технологий часто называют временем преодоления тяготения Гутенберговой галактики. Печатные носители информации уступают лидерство носителям электронным; ведь информацию, представленную в цифровом виде, быстрее и легче распространять, передавать, обрабатывать, систематизировать и хранить. С приходом в жизнь новых технологий появляются не только новые носители информации, но и новые способы ее передачи, новые средства коммуникации.

Коммуникация – это процесс передачи информации от отправителя получателю через среду, в которой передаваемая информация понимается одинаково всеми участниками коммуникации [1, с. 327].

Специфика социальной сети как социальной структуры состоит в том, что социальные акторы (отдельные индивидуумы или группы людей), являющиеся узлами этой структуры, объединяются добровольно (т. е. это гибкая структура, «мягкая ткань») на основе общности интересов, потребностей, жизненных и мировоззренческих позиций, профессиональных ресурсов и сфер влияния. Это и превращает социальную сеть в мощный канал коммуникации: адресанты и адресаты априори «говорят на одном языке», т. е. желают и способны понимать друг друга.

Среда, в которой происходит процесс передачи информации, не является предметно-пространственной, она носит знаково-виртуальный характер. Пространство ее не описывается привычными физическими характеристиками, вещь превращена в знак, а основным средообразующим фактором является человеческое сознание. Оно погружено в глобальное информационное поле, содержащее сумму общечеловеческих духовных знаний и практических навыков в закодированной, т. е. знаково-символической, форме [2, с. 145].

Согласно современному пониманию культуры как единства духовного и материального начал, социальная информация практически совпадает с самой культурой, в которой формируется и которую определяет [2, с. 145]. Это значит, что любое воздействие на информационное поле оказывает влияние на человеческое сознание. Пространство социальной сети служит своеобразным тоннелем, через который сознание конкретного индивидуума выходит за рамки конечного персонального бытия, проникает в информационное поле другого человека либо группы людей и способно перейти в глобальное информационное поле всей планеты. Это доказал в своей «теории шести рукопожатий» Стэнли Милгрэм: каждый человек на Зем-

ле через социальную сеть может познакомиться с любым другим человеком, будь то абориген Австралии или королева Англии, образно говоря, через шесть рукопожатий. Подтверждение этому находим и в теории коммуникации Маршалла МакЛюэна: «...любое средство коммуникации есть продолжение наших органов чувств, расширение нашего тела вовне» [3, с. 301].

Естественно, подобное расширение, выход конкретного индивидуума в трансперсональное бытие полностью перестраивает ту культурную матрицу, в которой человек существует и взаимодействует с другими людьми. Ни одно изменение в культуре невозможно оценить как однозначно позитивное либо негативное, и изменение культурной матрицы человеческого существования сулит как обретения, так и утраты.

К числу обретений следует отнести появление новой интерактивной среды, обладающей собственной независимой жизнью и развивающейся согласно собственным законам. В этой среде, носящей не вещественный, а виртуальный характер [4, с. 34], социальными акторами осуществляется коммуникация; поэтому и восприятие информации, передаваемой через эту среду, имеет свою специфику.

Информационная среда социальной сети автономна, ее нельзя рассматривать в качестве дополнения к уже существующим библио-, фоно- и видеотекам. Это абсолютно самостоятельное культурное пространство, в котором возрождаются те свойства человеческой коммуникации, что были утрачены в силу разных причин в предыдущие эпохи.

Следуя теории МакЛюэна, ключевые эволюционные изменения человеческого сознания и, как следствие, всего социума можно рассматривать через призму развития средств коммуникации, которые МакЛюэн разделял на «холодные» и «горячие».

Первый этап развития общества, длившийся тысячелетия, характеризовался общинно-племенным строем, господством мифологического мышления, отсутствием письменности и понимания причинно-следственных связей. Основными средствами коммуникации в этот период были устная речь, наскальные росписи, пиктограммы. Они примерно в равной степени задействовали все органы чувств, т. е. являлись «холодными».

Как известно, устная традиция всегда опиралась на нормы, обычаи, предания, сказания; она существовала в циклическом, неконечном мифологическом времени [5, с. 96]. Миф служил гарантом того, что информационное поле, в котором осуществлялась коммуникация, было общим, неразделимым для адресанта и адресата. Миф насыщал устную традицию множест-

венными символами, которые требовали толкования, поэтому устная традиция обладала высокой культурой прогнозирования, она была ориентирована в будущее.

Передача информации из уст в уста и невозможность ее письменной фиксации требовали и от адресата, и от адресанта больших объемов оперативной памяти, которая хранила общеизвестные сказания и легенды, способствуя тем самым созданию, сохранению единого информационного пространства. Поскольку передаваемая информация была общеизвестна, транслировалась от поколения к поколению, отправитель информационного сообщения не воспринимался его автором; поэтому характерной чертой информации той эпохи была анонимность. Сознание человека устроено так, что общение, не имеющее конкретного автора, воспринимается как древнее знание, народная мудрость и потому вызывает больше доверия.

Другой характерной чертой информации, передаваемой фольклорным способом, была вариативность, или пластичность, ведь каждый носитель имел возможность творческой интерпретации, проводя сообщение сквозь призму собственного опыта и личностных черт.

Естественно, вступление человечества в новую эру – эру письменности и особенно книгопечатания с возможностью массового тиражирования информации [6, с. 619] кардинально изменило и сущность самой информации, и характер ее восприятия. Печатный станок апеллировал к единственному органу чувств – зрению, наделяя информацию взамен утраченной символичности высокой степенью определенности. Автор печатного носителя воспринимался как автор сообщения, подлинность которого при трансляции стало легко установить как соответствие/несоответствие первоисточнику. Так информация утратила анонимность и вариативность. Степень ее определенности разделила прежде единое информационное поле на массу отдельных фрагментов. Тиражированность однотипной информации привела к утрате ее культурного предназначения – быть «восполнением индивидуального сознания» [7, с. 502]. Личность адресата практически нивелировалась, формируя в нем, по определению А. Моля, «мозаичное сознание», механически составленное из случайных фрагментов, наугад выхваченных из потока восприятия [8, с. 229].

Так, тиражированность информации в печатном обществе, построенном «на перегреве зрительного канала» [9, с. 163], вызвала к жизни проблемы массового сознания и массового восприятия, т. е. явилась своеобразным катализатором инверсии ценностей.

Интересно, что эту ситуацию предвидел еще Платон: в своем диалоге «Федр» он устами еги-

петского царя говорит о вреде письменности: «Ты даешь ученикам мнимую, а не истинную мудрость. Они у тебя будут многое знать понаслышке, без обучения, и будут казаться многознающими, оставаясь в большинстве невеждами...» [10, с. 369].

Несмотря на вышесказанное, конечно, изобретение Гутенберга нельзя оценивать лишь негативно. Книгопечатание позволило сохранить историю, философские изыскания прошлого; помогло зафиксировать добытые в различных сферах науки знания, породило литературу как вид искусства, предоставило возможность огромному количеству людей приобщиться к культуре и знанию. Таким образом, книгопечатание ориентировано на прошлое, в то время как устная традиция, как было отмечено ранее, – на будущее.

Но и этот этап развития человечества подошел к концу: появились новые способы передачи информации – электронные. Эта технология, в отличие от горячей печатной, является холодной, т. е., помимо зрения, в процессе коммуникации участвуют и другие органы чувств. Это роднит электронный и фольклорный способы передачи информации.

Кроме того, электронные средства коммуникации передают сообщения с высочайшей скоростью, и эта мгновенность информации соединяет разрозненные фрагменты индивидуальных информационных полей в единое пространство, подобное тому, что было в допечатную эпоху. Таким образом, современные технологии «ретрабализуют» общественную систему, возвращая пользователей социальных сетей в состояние «глобальной деревни» [11, с. 22].

Как отмечалось ранее, информация в эпоху устной традиции за редким исключением не имела автора. Информация, передаваемая посредством социальных сетей, несмотря на индивидуалистские традиции западной культуры, предполагающие авторство, фактически теряет его – понятие размывается за счет мгновенной скорости передачи сообщения и глобализации информации в современном мире. Это значит, что информация, полученная из подобных источников, воспринимается как всем известная истина и передача ее от пользователя пользователю работает подобно «сарафанному радио»: такие сообщения редко подвергаются анализу, критическому осмыслению. При этом сам информационный продукт остается незавершенным, не имея ни временных, ни пространственных рамок. Как и устное предание, он является пластичным, вариативным, интерактивным [2, с. 151]. Каждый пользователь сети становится его равноправным соавтором, и это свойство

информационного сообщения открывает путь к возможным (намеренным и случайным) искажениям и мистификациям, что характерно для фольклорной традиции.

С другой стороны, отправитель информации в социальной сети имеет возможность обращаться к партнерам по коммуникации без посредников, напрямую, и донести до них лишь тот смысл, который сам вкладывает в это сообщение, что практически невозможно при печатном способе передачи информации.

Информация, передаваемая в знаково-виртуальной среде, частью которой являются и социальные сети, не адресована конкретной личности, она может стать достоянием каждого в любой момент времени и в любой точке пространства, т.е. имеет трансперсональный характер. Виртуальность, т.е. реальное, но не вещественное существование социальных сетей, дает пользователям возможность выйти на трансперсональный уровень бытия, расширить границы своего тела и сознания, почувствовать себя частью великого неделимого целого, как в эпоху древнего синкретизма и устной традиции.

Это позволяет говорить о том, что в основе восприятия и передачи информации в социальной сети лежат глубинные, архаичные и потому «вечно живые» структуры человеческого сознания.

#### *Список литературы*

1. Шарков Ф.И. Коммуникология: Энциклопедический словарь-справочник. М.: Дашков и К°, 2010. 768 с.
2. Розенсон И.А. Основы теории дизайна. СПб.: Питер, 2008. 219 с.
3. МакЛюэн Г.М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. М. Вавилова. М.: КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2003. 464 с.
4. Ласточкин С.Э. Способы описания систем виртуальных реальностей // Технологии виртуальной реальности: Тез. докл. конф. / ГосНИИАС. М., 1995. С. 34.
5. Леви-Брюль Л. Сверхъестественное в первобытном мышлении. М.: Академический проект, 2015. 428 с.
6. Лотман Ю.М. Феномен культуры // Семиосфера. СПб.: Искусство, 2010. 704 с.
7. Лотман Ю.М. Культура и взрыв // Семиосфера. СПб.: Искусство, 2010. 704 с.
8. Моль А. Социодинамика культуры: Пер. с фр. / Предисл. Б. В. Бирюкова. Изд. 3-е. М.: Изд-во ЛКИ, 2008. 416 с.
9. Назарчук А. В. Теория коммуникации в современной философии. М.: Прогресс-Традиция, 2009. 320 с.
10. Лотман Ю.М. Альтернативный вариант: бесписьменная культура или культура до культуры // Семиосфера. СПб.: Искусство, 2010. 704 с.
11. Розин В.М. Интернет – новая информационная технология, семиозис, виртуальная среда // Влияние интернета на сознание и структуру знания. М., 2004. С. 3–24.

## CHARACTERISTICS OF THE COMMUNICATIVE PROCESS IN A SOCIAL NETWORK

*I.V. Bespalova*

The aim of this paper is to identify specific features of the communicative process in a social network as part of the new cultural space. The paper presents the main characteristics of a social network as an environment where communication takes place: autonomy, variability, virtuality, interactivity. The features of perception of information at different stages of society's development are analyzed: at the stage of the folklore way of information transfer, during the era of writing and publishing, during the era of digital technologies where the process of communication is implemented in the virtual and sign environment. In the course of comparative research, semantic parallels between the nature of transfer and perception of information during the pre-print and digital epochs are drawn. As a result, a hypothesis is put forward that unchanging archaic structures of human consciousness are a the root of the communication process in the social network.

*Keywords:* archaic structures of consciousness, variability, virtual and sign environment, global information field, interactivity, communication channel, mass replication, instantaneousness of information, social network, transpersonal life.

*References*

1. Sharkov F.I. Kommunikologiya: Ehnciklopedicheskij slovar'-spravochnik. M.: Dashkov i K°, 2010. 768 s.
2. Rozenson I.A. Osnovy teorii dizajna. SPb.: Piter, 2008. 219 s.
3. MakLyuehn G.M. Ponimanie Media: Vneshnie rasshireniya cheloveka / Per. s angl. V. Nikolaeva; Zakl. st. M. Vavilova. M.: KANON-press-C, Kuchkovo pole, 2003. 464 s.
4. Lastochkin S.Eh. Sposoby opisaniya sistem virtual'nyh real'nostej // Tekhnologii virtual'noj real'nosti: Tez. dokl. konf. / GosNIIAS. M., 1995. S. 34.
5. Levi-Bryul' L. Sverh'estestvennoe v pervobytnom myshlenii. M.: Akademicheskij proekt, 2015. 428 s.
6. Lotman Yu.M. Fenomen kul'tury // Semiosfera. SPb.: Iskusstvo, 2010. 704 s.
7. Lotman Yu.M. Kul'tura i vzryv // Semiosfera. SPb.: Iskusstvo, 2010. 704 s.
8. Mol' A. Sociodinamika kul'tury: Per. s fr. / Predisl. B. V. Biryukova. Izd. 3-e. M.: Izd-vo LKI, 2008. 416 s.
9. Nazarchuk A. V. Teoriya kommunikacii v sovremennoj filosofii. M.: Progress-Tradiciya, 2009. 320 s.
10. Lotman Yu.M. Al'ternativnyj variant: bespis'mennaya kul'tura ili kul'tura do kul'tury // Semiosfera. SPb.: Iskusstvo, 2010. 704 s.
11. Rozin V.M. Internet – novaya informacionnaya tekhnologiya, semiozis, virtual'naya sreda // Vliyanie interneta na soznanie i strukturu znaniya. M., 2004. S. 3–24.