

На правах рукописи



Губанова Анна Станиславовна

**Визуальная коммуникация
в социокультурном пространстве общества риска**

09.00.11 Социальная философия

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени кандидата философских наук

Саратов – 2019

Работа выполнена в ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского»

Научный руководитель доктор философских наук, профессор Устьянцев Владимир Борисович

Официальные оппоненты:

Розенберг Наталья Владимировна, доктор философских наук, доцент, ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет», заведующий кафедрой «Философия и социальные коммуникации»;

Хорольцева Елена Борисовна, кандидат философских наук, доцент, Поволжский институт управления имени П.А. Столыпина – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», доцент кафедры социальных коммуникаций.

Ведущая организация ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный лингвистический университет имени Н.А. Добролюбова»

Защита состоится 27 сентября 2019 г. в 12:00 на заседании диссертационного совета Д.212.243.09 на базе ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского» по адресу: 410012, г. Саратов, ул. Астраханская, 83, корп. XII, ауд. 203.

С диссертацией можно ознакомиться в Зональной научной библиотеке ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского» и на сайте университета:
www.sgu.ru/research/dissertation-council/d-212-243-09.

Автореферат разослан «___» _____ 2019 года

Ученый секретарь
диссертационного совета



Малкина Светлана Михайловна

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность диссертационного исследования. Распространение интернет-технологий – одно из важнейших условий социально-экономического развития общества, проявляющееся в новом направлении социокультурной динамики и формировании сетевого типа общества. Оно приводит к серьезным преобразованиями в экономической и трудовой сфере, системе государственных учреждений, политике, культуре, формирующих информационную эпоху XXI века. Стремительный прогресс информационно-коммуникационных технологий нацелен на поиск новых вариантов передачи социокультурного опыта, достижения компьютерных технологий являются причиной метаморфоз в социокультурной сфере. В результате формируется новое социальное пространство, в котором стремительно трансформируются социальные отношения. Это инициирует изменения в мировоззрении, процессах самопрезентации и самоидентификации индивида, восприятию им социальной реальности, происходит смена духовных ценностей. В таких условиях личность погружается в рискогенную среду и, более того, сама перманентно инициирует риски в целях адаптации к меняющимся «правилам игры».

Не будет преувеличением утверждение, что наша эпоха – кризисный период быстрой и резкой смены аксиологических парадигм, традиций и норм, способов коммуникации, взглядов. Общество, претерпевающее кризисные явления, в котором будущее нестабильно, а индивиду предоставлен открытый выбор, есть общество риска. Переломные процессы находят отражение в сферах массового медиапроизводства, виртуальной реальности, современного искусства, в связи с чем наблюдается повышенный интерес к анализу этих проблем в исследованиях в области философии, социологии, антропологии, культурологии, теории искусства современных отечественных и зарубежных авторов. Эти вопросы требуют глубокого анализа с позиций социальной философии.

Ввиду тотального распространения виртуальных технологий, неразрывно связанных с механизмами визуальной коммуникации, сегодняшнюю эпоху можно охарактеризовать как цивилизацию визуального образа и эпоху медиа. В современной культуре формируются новые социальные реальности и техники репрезентации, реализуются особая эстетика и телесность, применяются новые способы коммуникации и техники социализации, актуализируются интерактивные и визуальные технологии, меняются мировоззрение человека и его поведенческие практики. В связи с этим возникает необходимость поиска новых методов аккумуляции и трансляции социокультурного опыта и возрастает важность философского исследования коммуникативного потенциала визуальности, что представляется неотъемлемой частью социально-философского анализа социокультурного пространства.

Виртуальность формирует совершенно иную ступень общества и культуры в их символическом существовании. Сконструированное

опосредованно виртуальными технологиями, а не непосредственно человеком, визуальность создает гиперреальное пространство медиа со своими механизмами коммуникации, ценностями, нормами, моралью, культурой. Медиа оказывают чрезвычайно сильное воздействие на жизнь, сознание, ценностные ориентации общества и его индивидов. Визуальность охватывает всё множество социокультурных феноменов, которые, следовательно, определяют функционирование общества. В связи с этим, проблема влияния медиа на социокультурную динамику общества видится нам очень актуальной. Внедрение новых медиатехнологий в повседневность индивида сопровождается возникновением ряда рисков, требующих философского осмысления. Среди них – избыточное потребление, дигитализация общества и киборгизация, панэстетизация социокультурного пространства и милитаризация повседневности, мифологизация.

Степень разработанности проблемы. Теоретическую базу исследовательской работы составили труды в области философии, философии культуры, культурологии, социологии и эстетики. В ходе исследования автор опирался на коммуникативный подход (Н. Луман, Ю. Хабермас), направленный на анализ этапов развития и форм социальной коммуникации; компаративистский подход с целью сопоставления и выявления различий социокультурных явлений, системный подход для аккумуляции знаний о информационно-коммуникативной среде современного общества; социокультурный подход (П. Сорокин), осуществляемый в рамках системного и позволяющий рассматривать социум как единство культурного и социального, являющихся результатом деятельности человека.

Рассмотрение проблемного поля сетевого общества требует переосмысления и выявления рисков, влияющих на его развитие. Это невозможно без обращения к теоретическим концепциям развития информационного общества, которые в разное время разрабатывали такие авторы, как Д. Белл, Э. Тоффлер, Й. Масуда. Работы М. Маклюэна, М. Кастельса, Ф. Уэбстера являются основополагающими теоретическими источниками для данного исследования, к которым автор обращается для изучения проблемы информационного и сетевого обществ. Среди отечественных исследователей изучением вопросов трансформации и динамики общества и развития цивилизации в эпоху глобализации, постиндустриализации и информатизации занимались В.Л. Иноземцев, Д.В. Иванов, С.В. Бондаренко.

Методологические и теоретические достижения исследований социальных рисков в условиях глобализации имеют большое значение для диссертационной работы. Эти проблемы были подняты и изучены основоположниками теории рисков – У. Бекон, Э. Гидденсом, Н. Луманом. У. Бек ввел само понятие «общество риска» в современную науку¹, разработав в дальнейшем концепцию глобального общества риска. Э. Гидденс рассматривает риски как глобальное, сложное, двойственное явление, во

¹ Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну. М., 2000. 384 с.

многим имеющее антропогенное происхождение и обусловленное непредсказуемостью последствий. Ему принадлежат известные слова: «Жить в эпоху “поздней современности” (late modernity) значит жить в мире случайностей и риска – неизменных спутников системы, стремящейся к установлению господства над природой и рефлексивному творению истории»². Н. Луман разрабатывал общие вопросы методологии рисков в сфере массмедиа. Философским осмыслением социальных рисков, нестабильности и неопределенности социальных процессов в отечественной науке освещены в исследованиях О.Н. Яницкого, А.В. Соколова, А.В. Мозговой, психологический аспект последствий воздействия технологий виртуальности – в работах В.Д. Мансуровой, Н.В. Корытниковой.

Широко известна Саратовская социально-философская школа, занимающаяся углубленным изучением рискогенности современного общества: В.Б. Устьянцев, М.О. Орлов, Д.А. Аникин, Д.И. Заров, Е.Б. Хорольцева, С.А. Данилов.

В своем исследовании автор опирался на работы, в которых проблема коммуникации затрагивается непосредственно, а также анализируется ряд смежных с ней аспектов. Феномен коммуникации привлекает многих философов в начале XX в., хотя уже И. Кант, Г. Гегель, Ф. Шеллинг анализировали проблемы коммуникативных возможностей человека. Ценны достижения и методология Тартуско-московской семиотической школы под руководством Ю.М. Лотмана: в ней искусство рассматривается как знаковая система, и выявляется ее особый язык, с помощью которого транслируется художественная информация. Для понимания проблемы диалогичности культуры и общества и исследования природы современной коммуникации особое значение имеет наследие М.М. Бахтина. Отечественные исследования в социально-философской рефлексии феномена коммуникации, а также ее исторический анализ отражены в трудах П. Сорокина, А.В. Назарчука, В.А. Подороги, В.Л. Круткина.

В рамках постструктуралистского направления в философии одним из базовых вопросов становится кризис современного общества и анализ последствий влияния на него процессов информатизации, виртуализации, визуализации. Изучением этих вопросов известны представители Франкфуртской школы, в центре философии которых стоят проблемы тоталитарного общества, массовой культуры, стандартизации сознания: Т. Адорно, М. Хоркхаймер, Г. Маркузе, Э. Фромм. Влиянию средств массовой коммуникации на индивида, критике капиталистических ценностей в культуре, вопросам человеческой свободы и ложных потребностей человека посвящены работы Х. Ортега-и-Гассета, Ж. Лакана, П. Вирильо, Ж. Бодрийяра. По вопросам эстетики автор обращается к лекциям Г.В.Ф. Гегеля, исследованиям П. Штомпки, Т. Иглтона, А. Данто. Визуальность как особую сферу, в которой реализуется репрезентация окружающей человека действительности,

² Гидденс Э. Судьба, риск и безопасность // Альманах THESIS. 1994. № 5. С. 107-135; Гидденс Э. Устроение общества. Очерк теории структуризации. М., 2018. 528 с.

исследовали С. Сонтаг, Р. Барт, В. Флюссер. Критика эстетизации повседневности и консюмеризма – ключевые аспекты работ В. Бенямина, Г. Дебора, У. Эко, П. Бурдьё.

Исследование феноменов медиа, медиакультуры и медиареальности в философской науке принадлежит новейшему направлению медиафилософии, результаты разработок которой стали важной теоретической и методологической основой данного исследования. Среди отечественных ученых разработкой медиафилософской проблематики занимаются В.В. Савчук, К.П. Шевцов, М.А. Степанов, Н.В. ^{Розенберг}.

Феномен визуальности изучался Ж. Лаканом, Ж. Бодрийяром, Б. Гройсом, П. Вирильо, С. Жижеком, Р. Бартом. Наступление «визуального поворота» – триумфа визуальности, которая перестала быть лишь частью нашей повседневности и стала самой повседневностью, рассматривается Н. Мирзоевым, Дж. Т. Митчеллом, М. Маклюэном, М. Кагельсом. В отечественной философской мысли изучение визуальности входит в круг научных интересов Н.М. Маньковской, К.Э. Разлогова, Н.Б. Кирилловой, А.Р. Усмановой, А.А. Горных.

Сегодня можно говорить о накоплении богатого теоретического материала по проблемам коммуникации и визуальности в социокультурном пространстве и их философского осмысления. Однако крайняя изменчивость и сложность проблемы визуальной коммуникации требует серьезного системного анализа современных исследований в области социальной философии, философии культуры, культурологии, искусствоведения и медиафилософии.

Объектом выступает коммуникация в обществе риска.

Предметом является феномен визуальной коммуникации и ее воздействие на социокультурное пространство общества риска.

Целью исследования является философское осмысление воздействия визуальной коммуникации на трансформацию социокультурной среды в обществе риска. Реализация поставленной цели исследовательской работы предполагает решение следующих **исследовательских задач**:

1. определить ключевые особенности коммуникации в современном обществе с позиций социальной философии и выявить риски, которым она подвержена;
2. проанализировать роль визуальности в коммуникативных процессах, происходящих в современном обществе;
3. исследовать визуальную коммуникацию как способ репрезентации социокультурных процессов в современном обществе риска;
4. выявить риски, вызванные визуальной коммуникацией, и определить характер их воздействия на современное общество.

Методологические основания исследования. Методы, которые автор использовал для решения поставленных задач в работе, представляют собой систему из нескольких формообразующих подходов.

Методологическую и теоретическую базу исследования составляют работы зарубежных и отечественных ученых в области социальной философии,

социологии, философии культуры, культурологии, медиафилософии. Основополагающими источниками диссертационной работы являются труды Ж. Бодрийяра, Р. Барта, В.В. Савчука, Н. Лумана.

В диссертации были использованы концепции информационного общества с опорой на теории М. Кастельса, Д. Белла, М. Маклюэна, Э. Тоффлера. Основным теоретическим методом анализа феномена сети интернет как нового коммуникационного пространства является коммуникативный подход, представленный в исследованиях Н. Лумана³ и Ю. Хабермаса⁴. Он позволяет рассмотреть интернет в качестве коммуникативного социального явления и осмыслить его влияние на индивидуальность современного человека в рамках социально-философского подхода. В исследовании также были использованы методологические и теоретические концепции философии постмодернизма, в частности – рассмотрение современного общества в качестве глобального общества потребления.

При написании работы применялась комплексная методология, основанная на компаративистском подходе. Труды философов, в которых отражена эволюция изучения проблем коммуникации и визуальности, подлежали глубокому изучению и теоретическому анализу. Исследование рисков в проблемном поле визуальной коммуникации потребовало основательного теоретико-методологического обоснования с использованием критического и рефлексивного методов, позволивших выявить динамику социальных рисков. Компаративистский анализ концепций и теорий социальной философии в соответствии с обозначенными задачами исследования дал возможность проанализировать особенности социокультурного пространства общества рисков и выявить его основные характеристики.

Научная новизна исследования состоит в следующем:

1. Установлено, что важнейшей особенностью современной коммуникация является ее непрерывность, которую обеспечивают виртуальные технологии. Благодаря анализу двойственного воздействия коммуникации на социальные процессы были обнаружены новые риски – дигитализация общества, избыточное потребление, панэстетизация социокультурного пространства, архетипизация медиа.

2. В ходе исследования была обоснована экспансия визуальной коммуникации в современном обществе и важность ее рассмотрения в системной взаимосвязи с феноменом виртуализации. Визуальность определена как важный фактор формирования сферы медиа и интенсивного развития коммуникации, а также одной из рискогенных областей исследуемого проблемного поля.

3. Визуальная коммуникация определена как ключевой способ репрезентации и трансформации социокультурных процессов. Выделены

³ Луман Н. Общество как социальная система. М., 2004. С. 112-121.

⁴ Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб., 2001. С. 23-28.

основные механизмы ее воздействия: эстетизация повседневности – формирование социокультурного пространства человека, включающее тип телесности, нормы, правила; мифологизация, способствующая инкультурации знаний и ценностей, с одной стороны, и манипулирующая массовым сознанием, мировоззрением, поведением, ценностями индивидов, с другой; конвергенция – процесс интеграции данных всех сфер деятельности общества на основе коммуникационных медиатехнологий.

4. Проведено исследование ряда специфических рисков, являющихся результатом воздействия визуальной коммуникации на социальные процессы, и очерчены границы рискогенного поля. К этим социальным рискам относятся товарный фетишизм, эстетика насилия и милитаризация повседневности, интериоризация технологий и киборгизация, а также личностные риски – отчуждение, интернет-аддикции, самоидентификация индивида.

Изложенные выше результаты отражают новизну исследования и позволяют определить положения, выносимые на защиту.

Положения, выносимые на защиту:

1. Современное социальное пространство – это пространство сверхреальности, в формировании которого заметную роль играет визуальная коммуникация как одна из форм информационно-коммуникационных интерактивных технологий. Благодаря ее воздействию и под влиянием процессов глобализации, конвергенции, информатизации, виртуализации формируется синергичное медиапространство, в котором человек имеет дело не с вещью, а образом. В нем актуализируется поиск новых методов аккумуляции и трансляции социокультурного опыта. С экспансией виртуализации и визуализации появились новые социальные риски: дигитализация социального пространства, превратившая общество в цифровую коммуникационную среду и актуализировавшая вопросы киборгизации и трансгрессии виртуальных технологий в жизненное пространство человека; интериоризация медиатехнологий в повседневность на уровне коллективных установок, определяющая массовое сознание, образ жизни, мировоззрение, ценности; консюмеризм и вещизм, являющиеся одним из способов социализации; формирование рынка культуры, нивелирующего различия между искусством и массовой культурой.

2. Была исследована роль визуальности как одного из определяющих факторов формирования сферы медиа и интенсивного развития коммуникации, а также одной из рискогенных областей исследуемого проблемного поля. Рассмотрены процессы визуализации и виртуализации в системной взаимосвязи, поскольку виртуальные технологии задействованы в области визуального. В синтезе они распространили свое влияние на все сферы жизни общества и сегодня фактически определяют социокультурное пространство: стимулируют строительство новой медиареальности, способствуют формированию способов коммуникации, техник репрезентации, идентификации и социализации, системы ценностей и самосознания человека,

создают особые эстетику и телесность, перестраивают мировоззренческие установки, поведение человека, его мировоззрение.

3. К важнейшим механизмам воздействия визуальной коммуникации относятся эстетизация повседневности, мифологизация социальной реальности, конвергенция. Они трансформируют социокультурные процессы и являются катализаторами социальных рисков. Эстетизация – это процесс визуализации коммуникации, ведущий к идеализации повседневности, приведению повседневного мира к гомогенному, упорядоченному состоянию. Одно из ее крайних проявлений – эстетизация террора. Она примиряет повседневность человека с насилием, война становится естественным состоянием общества. Медиа обращаются к сознанию индивида путем мифологизации, действующей на уровне эмоций, архетипов, коллективных установок. Социальные мифы формируют ценности, стереотипы, желания человека, образ жизни, управляют мышлением, воздействуют на поведение. Мифологизация обладает амбивалентным воздействием: с одной стороны, способствует инкультурации знаний, достижений, ценностей эпохи, а, с другой, является средством идеологизации и манипуляции сознанием, снижает способность к рефлексии и критической оценке окружающей действительности. Процессы конвергенции свойственны науке, политике, культуре, экономике и основываются на интеграции мультимедийных технологий создания контента для широкой аудитории.

4. Визуальность функционирует в неразрывном синтезе с социокультурными, экономическими, политическими механизмами и объединяет их на ином уровне. Сегодня перманентно возрастает количество социальных рисков, и наряду с ростом интеллектуальных, научных, экономических возможностей усугубляется их негативное воздействие на личность. Рискогенное поле современного общества включает социальную мифологизацию и архетипизацию, консюмеризм, трансгрессию технологий в телесность и жизненное пространство человека, милитаризацию повседневности. Медиа не продуцируют ценности и смыслы самостоятельно, а являются каналом их трансляции, закрепляя эти установки в коллективном сознании, – это результат социализации. В созданной системе неприятие норм и установок чревато для личности риском отчуждения от своего Я, коллапсом самоидентификации и саморепрезентации, а также может являться причиной психологических проблем – интернет-аддикций, агрессии и аутоагрессии, экстремального нарциссизма, фрустрации, неврозов. К позитивным аспектам текущих трансформационных процессов в обществе относятся рост познавательных, образовательных, творческих возможностей для самореализации и самовыражения, плюрализм мнений, мобильность, нивелирование физической дистанции между коммуникаторами, многократное увеличение количества социальных взаимодействий, их скорость и эффективность.

Теоретическая и практическая значимость результатов диссертационного исследования. Полученные в ходе исследования

результаты могут быть использованы для дальнейшего осмысления и изучения вопросов визуальности и визуальной коммуникации и проблемного поля рисков, вызванных ими. Теоретическая значимость результатов определяется возможностью последующего систематического анализа социальных рисков в результате воздействия визуальной коммуникации на общество.

Практические результаты исследования могут быть применены в исследовании современного информационного общества, а также принести пользу для диагностирования, прогноза и предупреждения потенциальных социальных рисков. В центре проблемного поля работы – актуальные проблемы, с которыми уже столкнулся современный индивид в результате погружения в сферу медиа, подверженности ее рискогенному воздействию на сознание, потребности, интересы, ценности, поведение, происходящие в социокультурном контексте визуальности и виртуальных технологий. Таким образом, материалы и итоги исследования могут быть использованы при подготовке и разработке курсов лекций и образовательных программ по общей философии, социальной философии, теории коммуникации, культурологии, социологии, медиафилософии – в качестве дополнительных спецкурсов.

Степень достоверности и апробация результатов исследования. Достоверность результатов диссертационного исследования основывается на авторском анализе широкого круга источников, в том числе на иностранном языке. Автор обращается к трудам в области социальной философии, философии культуры, социологии, эстетики, что позволило ему исследовать визуальную коммуникацию в обществе риска с учетом постоянных трансформаций.

Основные положения и выводы диссертации обсуждались на заседаниях кафедры теоретической и социальной философии СГУ имени Н.Г. Чернышевского, были изложены в докладах и выступлениях на научных конференциях, форумах и круглых столах различного уровня, среди которых – Всероссийская научно-практическая конференция «Бунтующий человек в посткнижном мире» (Саратов, Саратовский государственный университет, 11 февраля 2014 г.); Всероссийская научно-практическая конференция «Риски цивилизаций и культур в глобальном мире» (Саратов, Саратовский государственный университет, 12 мая 2014 г.); Всероссийская научно-практическая конференция молодых ученых «Революции: цивилизационный разлом или переворот?» (Саратов, Саратовский государственный университет, 17 февраля 2015 г.); Всероссийская очно-заочная научно-практическая конференция в рамках Международной недели науки и мира СГУ-2015 «Наука и общество: проблемы современных гуманитарных исследований» (Саратов, Саратовский государственный университет, 14 ноября 2015 г.); Всероссийская конференция VII Аскинские чтения «Философия времени: онтологические начала и ценностные дискурсы» (Саратов, Саратовский государственный университет, 21 октября 2016г.); Пятая международная научно-практическая интернет-конференция «Стратегические коммуникации в современном мире: от теоретических знаний к практическим навыкам» (Саратов, Саратовский

государственный университет, 24-28 октября 2016г.); III Международная научно-практическая конференция на английском языке Young Scholars' Research in the Humanities (Саратов, Саратовский государственный университет, 11 ноября 2016 г.); II Всероссийская очно-заочная научно-практическая конференция студентов-стипендиатов Оксфордского Российского Фонда в рамках Международной недели науки и мира СГУ – 2016 «Наука и общество: проблемы современных гуманитарных исследований» (Саратов, Саратовский государственный университет, 12 ноября 2016 г.).

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Структура работы. Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы.

Во **Введении** обосновывается актуальность темы, осуществляется постановка проблемы, раскрывается степень ее разработанности, обозначается понятийное поле исследования, формулируются цель и задачи, объект, предмет и методы исследования. Представлена методологическая база диссертации, обозначены положения, демонстрирующие новизну и теоретико-практическую значимость работы.

В **первой главе «Особенности современной социокультурной коммуникации в обществе риска»** определены ключевые особенности коммуникации в современном обществе с позиций социальной философии и выявлены риски, которым она подвержена.

В **первом параграфе «Рискогенная специфика современного общества»** описана теоретико-методологическая база диссертационного исследования, обозначен категориальный аппарат и сформулированы концептуальные для исследования понятия «культура», «социокультурное пространство», «коммуникация». Категория культуры рассматривается как специфическая форма человеческого бытия, в которой аккумулируются результаты как материальной, так и духовной деятельности отдельной личности и социума в целом. Социокультурное пространство представляет собой синтез социального и культурного, это совокупная область постоянной интеракции культуры и общества: людей, ценностей социальных объектов и институтов и результатов их жизнедеятельности. Коммуникация идентифицируется с понятием социума и выступает ключевым процессом, формирующим общество.

Обозначены ключевые этапы развития информационного типа общества: от теории постиндустриального общества Д. Белла, в основу которой был положен информационный фактор системных социальных преобразований, к теории сетевого общества М. Кастельса, базирующейся на новой логике сетевого характера, перманентно растущей роли информационно-коммуникационных технологий во всех сферах деятельности и культуре виртуальной реальности, сформировавшейся в условиях стремительного развития цифровых медиа. Распространение интернет-технологий во всех

сферах деятельности общества – одно из важнейших условий его социально-экономического развития, которое проявляется в формировании сетевой экономики, социокультурной динамике, появлении сетевого общества. рассмотрены концепции «виртуального общества» (А. Бюль, М. Вейнштейн и А. Крокер, М. Паэтау), одной из теорий информационного общества. Новая ступень развития компьютерных технологий – создание общества виртуальной реальности, которое представляет пространство коммуникаций, базирующихся на цифровых данных и технологиях.

Большой объем информации, сложность ее восприятия в условиях постоянно коммуникации требуют от индивида непрекращающегося поиска новых способов адаптации к реальности и форм взаимодействия с её элементами. Эти условия актуализируют проблемы самоидентификации, репрезентации, социальной интеграции индивида. Под воздействием интернет-технологий существенно изменилось содержание массовых коммуникационных процессов и социальных ролей их агентов. Массовый характер взаимодействий, утрированная публичность, интерактивность, мнимая анонимность – вот обратные стороны коммуникации в современных условиях.

Рассмотрены социокультурные трансформации, произошедшие благодаря быстрому темпу роста технологий. К ним отнесены избыточная визуальность – преобладание визуальных форм коммуникации, распространение массмедиа, создание виртуального типа личности интернет-пользователя, новые способы репрезентации. Значимыми особенностями коммуникации в современном обществе, развивающейся на фоне процессов глобализации, информатизации, мультикультурализма, виртуализации, стали размывание физических пространственных границ, асинхронная темпоральность, гипертекстуальность, опосредованность процессов взаимодействия. Последствия всемирного распространения информационных технологий демонстрируют противоречивые результаты их внедрения в жизнь общества. К позитивным относятся конвергенция экономических, политических процессов, рост познавательных возможностей человека и визуальной памяти, плюрализм мнений, демократизация, повышенная мобильность, нивелирование физической дистанции между коммуникантами, увеличение количества социальных взаимодействий, образовательных, творческих возможностей для самореализации и самовыражения. Внедрение новых форматов взаимодействия и обмена информацией также ведет и к неизбежному возникновению и приумножению отрицательных факторов. К ним относятся экспансия материальных ценностей – консюмеризм и товарный фетишизм, эстетизация насилия, деструктивные для личности отчуждение, подавление критического мышления, агрессия и аутоагрессия, интернет-аддикции.

Во втором параграфе *«Роль визуальности в коммуникативном процессе»* рассматривается влияние виртуальных технологий на социокультурное пространство и частную жизнь индивида, а также дается обоснование тезиса о взаимосвязи виртуальных технологий и визуальности. Визуальность определяется автором как один из ключевых факторов

формирования медиа и актуальных коммуникативных процессов, которая, однако, проявляет себя в современном обществе как крайне рискогенное поле. В процессе исследования визуальной коммуникации рассматриваются аспекты интерпретации, репрезентации и саморепрезентации, архетипизации, медиатизации, эстетизации и виртуализации повседневности, трансформация социальных коммуникаций в целом.

Сфера социокультурного, частью которой является визуальная культура, предполагает насыщенную мультимедийную коммуникацию. Она выходит далеко за рамки эстетико-художественного взаимодействия и подразумевает активную интеракцию в социокультурном пространстве общественной жизни. Визуальность – это конвергенция вербального и зримого, она становится первичным способом трансляции смыслов, традиций, социальных норм, конструирует современную реальность с помощью визуальных механизмов. Автором дается категориальный анализ рассматриваемых понятий, имеющих основополагающее методологическое значение, – визуальной культуры и визуальной коммуникации. Формирование самой парадигмы визуальности и визуальной культуры как таковых связывают с «визуальным поворотом» в гуманитарной науке. Визуальная культура объединяет в себе культурные, социальные, когнитивные функции визуальных сред и практик – от классической живописи до фотографии и кинематографа, от архитектуры до рекламы и продуктов безграничного виртуального пространства. Визуальная культура – это новый уровень осмысления социокультурных и философских вопросов, трансформации абстрактных понятий в более предметные.

Изображение – это мощный канал коммуникации, даже в самом примитивном виде он потенциально коммуникативен, так как представляет собой закодированное сообщение, которое постоянно нуждается в интерпретации реципиентом-зрителем. Вследствие зримости окружающего пространства и необходимости его восприятия и декодирования, оно становится полностью коммуникативным и наделенным множественными смыслами, которыми индивид постоянно оперирует в процессе своей жизнедеятельности. Сегодня, в эпоху тотальной виртуализации и перемещения значительной части жизни индивида в интернет-среду, изображение фактически заменяет слово, которое отходит на второй план и перестает быть таким незаменимым, и трансформируется в универсальную единицу «языка» – современного визуального языка общения. Идеи, визуализированные в символах мультимедийных изображений, видеороликов, аудиовизуальных проектов имеют своей целью более эффективное усвоение информации, что облегчает манипуляцию сознанием индивида. Динамичная конвергентность, свойственная изобразительным формам, переводит отношения между людьми в отношения между образами. Визуализация и виртуализация рассматриваются в системной взаимосвязи, так как все процессы, так или иначе связанные с виртуальностью, проявляют себя и в области визуального. Социально-философский анализ визуальности и ее роли в коммуникативном процессе

позволяет рассмотреть ее как социальный конструкт взаимодействия общества и индивида.

Вторая глава «Рискогенное поле визуальной коммуникации: социально-философский анализ» посвящена теме социальных рисков, актуализированных в сфере визуального. Автор рассматривает визуальность как один из важнейших механизмов репрезентации процессов в обществе, так как в сфере ее воздействия оказывается практически вся окружающая человека социальная реальность. Визуальность фактически определяет социальную реальность, что приводит к формированию новых способов коммуникации, техник репрезентации, идентификации и социализации, созданию особой эстетики и телесности, перестройке паттернов поведения человека, его мировоззрения, ценностей. Она выступает маркером событий и проблем эпохи, аккумулирует актуальные ценности и приобретает в некоторой степени онтологический статус.

В первом параграфе **«Визуальность как механизм репрезентации социокультурных процессов»** анализируются основные каналы репрезентации социальных процессов через призму визуальности: искусство, массмедиа и реклама, интернет, дизайн. Рассмотрены такие концептуальные процессы, как эстетизация, мифологизация, конвергенция, особое внимание уделяется проблеме репрезентации социальных процессов в современном искусстве, как одной из сфер медиа.

Реальность сегодня перестала быть чем-то фундаментальным, она постоянно трансформируется под влиянием информационных потоков, преломляется через призму экрана. Визуализация становится процессом эстетизации коммуникации, изображение выявляет коммуникационные возможности пространства повседневности. Образ как сообщение, нуждающееся в интерпретации, делает всё социальное пространство коммуникативным. Конструирование социальной реальности с помощью образа находится во власти медиа. Современная культура мифологизирована не меньше, чем первобытная, и она так же превращает культурные явления в естественные, только сегодня – уже с помощью ресурсов медиа. Сфера медиа насыщена архетипами, закрепившимися в коллективном бессознательном человечества сотни лет назад и продолжающими формировать его культурно-историческую память. Помимо информирования медиа формируют социокультурный контекст, транслируют мифы, насыщенные символами, смыслами, идеями, что позволяет навязать человеку желания, потребности, образ мышления и жизни.

Реклама – это эффективный инструмент воздействия медиа на человека и механизм преобразования социальных процессов. Она рассчитана на восприятие, в котором соединяются рациональное осознание информации о товаре, эмоциональная реакция на него и немедленный посыл к действию. Реклама использует яркие символы и запоминающиеся образы, психологические методы визуального воздействия на зрителя с целью создания у него эмоционального всплеска и формирования в его сознании потребности

купить товар и зависимости от потребления товаров в целом. Целью рекламы является манипуляция массовым сознанием за счет эксплуатации символов, стереотипов, верований, страхов, хранящихся в коллективном бессознательном. Так реклама закрепляет псевдо-потребности и психологическую зависимость от них в сознании индивида. Избыточный консюмеризм – это знаковое явление в современном мире, который, воспитывая в массовом сознании необходимость потреблять, является абсолютной псевдо-ценностью и включает в себе серьезный социальный риск.

Исследование современных медиа говорит о конвергентном скачке в информационной сфере, который отмечается инновационными подходами в подаче медиапродуктов, созданием объединенных информационных платформ, использованием интернет-технологий, синтезом различных СМИ. Конвергентная интеграция мультимедийных технологий создания контента формирует новый образ потребителя, направлена на максимальный охват аудитории и обретение статуса лидера мнений. Одним из актуальных инструментов конвергентной культурной политики является принцип кластера, объединяющего несколько разных структур в едином пространстве. Культурный кластер в городской среде выполняет функции приобщения к культурным ценностям, объединяет рабочее, образовательное, социальное пространство, с одной стороны, а с другой – осуществляет процессы производства и потребления культурных услуг.

Происходит процесс тотальной эстетизации – панэстетизации – культурного и социального пространства человека. Искусство современности дескарализует классическое восприятие живописного образа, это средство социальной коммуникации, которое построено на разрушении границ классики и эстетизации социокультурного пространства. Его отличительная черта – острая социальность, оно быстро реагирует на общественные события и позволяет судить о состоянии культуры. Сегодня искусство вышло за рамки культуры и эстетики, оно суть квинтэссенция современного общества и всей культуриндустрии и важное средство межличностной и глобальной коммуникации.

Во втором параграфе *«Визуальная коммуникация как источник социальных рисков»* автор определяет границы рискогенного поля общества. Выявлены риски, порождаемые визуальной коммуникацией и определены результаты их воздействия на общество и личность. Отмечается, что в современном обществе перманентно возрастает количество социальных рисков, к которым относятся мифологизация, избыточное потребление, эстетизация террора. Также выделены психологические негативные для личности явления (агрессия, фрустрация, неврозы), которые нарушают социализацию и адаптацию человека в обществе.

Медиасреда в рамках новой этики популяризирует в обществе искусственно созданную ценность потребления, стимулирует формирование мифологического массового сознания. Общественные и культурные ценности, транслируемые посредством инструментов медиаиндустрии сверху,

стимулируют у индивида стремление к богатству, карьерному росту, конкуренции и культивируют необходимые для достижения этих целей качества: одни и те же символы успеха рассматриваются в качестве желательных для всех.

Один из самых эффективных механизмов усвоения мифа – консюмеризм, который снижает значимость традиционных общечеловеческих ценностей, погружает человека в ситуацию риска и неопределенности, где тот сам становится товаром. Потребление – это один из механизмов социализации человека. Потребляя товары, он становится частью общественной жизни, включается в товарооборот и превращается в один из винтиков рынка, но существование вне социума и вне рынка практически невозможно. Чрезмерное потребление – это негативный для личности, но социально легальный механизм социализации индивида с господствующим миропорядком. Отчуждение, эскапизм, нарциссизм – обратная сторона консюмеризма, оно разрушительно влияет на психику человека и его социальные функции. Социализация посредством социального мифа имеет амбивалентный характер: с одной стороны, она помогает инкультурации ценностей современной эпохи в доступной форме, но, с другой, с информацией, которую потребляет человек, он получает идеологические установки.

Состояние войны прочно укоренилось в массовом сознании и воспринимается как естественное – это результат эстетизации террора. Насилие интериоризируется в повседневность, и страх, отчуждение, ненависть становятся неотъемлемой частью жизни. Массмедиа создают и поддерживают эстетизированную в милитаристском ключе картину мира, примиряя повседневность человека с террором. Война становится частью обыденной жизни, зрелищем, транслируемым на экраны телевизоров, рутинной ежедневного общения, большей частью культуры и искусства.

Виртуальность конструирует коммуникационную культуру, меняет её структуру, иерархию, механизмы интеракции, агентов коммуникации и социализации, сами социальные роли. Мы живем в цифровой медиасреде обитания, «пронизанной» виртуальными связями: персонализированная аналитика, умные данные, интернет вещей, искусственный интеллект, антропоморфные системы, био-роботы. Виртуальные технологии имеют свойство расширения пространства, властны над темпоральностью и восприятием реальности человеком. Для него надлежащей моделью для формирования жизненного пространства и поиска идентичности все больше становится виртуальный опыт. В рамках общей тенденции трансгрессии технологий в сферы жизни индивида происходит «вторжение» техники непосредственно в жизненное пространство человека. Интернет-технологии «привязали» технику к человеку, стали продолжением его телесности и создали «цифровой пояс» – постоянно окружающую его цифровую среду. Интеллектуальные системы и многофункциональные электронные гаджеты интериоризированы в повседневность, активно исполняют и замещают функции индивида, количество которых растет с каждым годом. Они

определяют его коммуникационный потенциал и, уже косвенно, влияют на уровень физической активности и параметры здоровья, мыслительную и творческую деятельность, способ времяпрепровождения, психосоматические и социокультурные факторы. Такой симбиоз техники и человека называют киборгизацией, в которой можно выделить физиологический и интеллектуальный уровни. Решением проблемы видится гармонизация технологий и человека, осознанный подход к их внедрению в жизнь и отказ от тех, которые нарушают принципы гуманности и мешают критическому восприятию реальности.

При перманентном росте количества социальных рисков, и наряду с расширением интеллектуальных, научных, экономических возможностей усугубляются и негативные воздействия. К позитивным аспектам текущих трансформационных процессов в обществе относятся рост познавательных, образовательных, творческих возможностей для самореализации и самовыражения, плюрализм мнений, мобильность, нивелирование физической дистанции между коммуникаторами, многократное увеличение количества социальных взаимодействий, их скорость и эффективность.

В **Заключении** подводятся итоги исследования, формулируются выводы и раскрываются возможные перспективы дальнейших научных изысканий.

Основные положения диссертации отражены в следующих научных публикациях автора:

Публикации в изданиях, входящих в Перечень российских рецензируемых научных журналов, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук

1. Губанова, А.С. Воздействие медиа на социальную коммуникацию индивида в обществе риска: социально-философский анализ / А.С. Губанова // Аспирантский вестник Поволжья. — №7-8. — 2016. — С. 33 – 37.

2. Губанова, А.С. Ценностные основания визуальности в обществе риска / А.С. Губанова // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика.— №4 (16). — 2016. — С. 431—434.

3. Губанова, А.С. Интернет-технологии как продолжение человеческого тела: социально-философский анализ риска / А.С. Губанова // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика. — №3 (23). — 2018. — С. 252-256.

Публикации в других изданиях:

4. Губанова, А.С. Место визуального пространства в современном обществе / А.С. Губанова // Наука и общество: проблемы современных гуманитарных исследований: сб. трудов Всероссийской очно-заочной научно-

практической конференции студентов-стипендиатов ОРФ (Саратов, 14 ноября 2015 г.) / под ред. Д.Н. Конакова. – Саратов: СГУ, 2016. – 446 с. – С. 15-18.

5. Губанова, А.С. Амбивалентный человек в современном медиа-пространстве / А.С. Губанова // Столкновение цивилизаций и амбивалентный человек: сб. трудов Всероссийской научно-практической конференции / Под ред. проф., д.ф.н. М.О. Орлова. – Саратов: ИЦ «Наука», 2016. – 181 с. – С. 46—49.

6. Губанова, А.С. Трансэстетизация как процесс революционного преобразования действительности // Революция: цивилизационный разлом или переворот? : сб. трудов Всероссийской научно-практической конференции/ Под редакцией проф., д.ф.н. М.О. Орлова. – Саратов: ИЦ «Наука», 2015. – 241 с. – С. 43-47.

7. Губанова, А.С. Современный человек в условиях эстетизации социальной реальности / А.С. Губанова // Риски цивилизаций и культур в глобальном мире: сб. трудов Всероссийской научной конференции / под ред. д.ф.н., проф. В.Б. Устьянцева. – Саратов: ИЦ «Наука», 2014. – 245 с. – С. 100-105.

8. Губанова, А.С. Искусство как способ репрезентации социальных процессов современности / А.С. Губанова // Бунтующий человек в посткнижном мире: сб. трудов Всероссийской научной конференции / Под ред. проф., д.ф.н. М.О. Орлова. – Саратов: ИЦ «Наука», 2014. – 287 с. – С. 75-80.