

архитектурная пластика подменяется бесконтактным световым полем, а уникальные архитектурные элементы исчезают. Следовательно, снижение светового загрязнения достигается не снижением освещения как такового, а его переработкой, т. е. переходом от сплошного метода освещения к точечно-акцентному, что полностью согласуется с классическими композиционными приемами архитектуры.

Проведённый анализ приводит к тому, что снижение светового загрязнения и повышение архитектурной выразительности являются не противоречиями, а двумя сторонами одного процесса оптимизации среды. Используя перечисленные принципы, ночной город станет не просто энергоэффективным, но и подлинно архитектурным.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 Городские огни: как световое загрязнение влияет на здоровье и экосистему города // ГРАД. – URL: <https://itpgrad.ru/education/articles/gorodskie-ogni-kak-svetovoe-zagryaznenie-vliyaet-na-zdorove-i-ekosistemu-goroda/> (дата обращения: 25.04.2026).

2 Роль цвета и температуры света в архитектурном освещении зданий // Evolight. – URL: <https://evolight.ru/post/i71agjk291-rol-tsveta-i-temperaturi-sveta-v-arhitek> (дата обращения: 25.04.2026).

3 Световое загрязнение: как уменьшить негативное влияние // Длина волны. – URL: <https://dlinavolny.ru/light-pollution-how-to-reduce-the-negative-impact/> (дата обращения: 25.04.2026).

4 Full Cutoff Wall Pack Lights: A Comprehensive Analysis of Their Advantages and Applications // Life is topic. – URL: <https://www.lifeistopic.com/news-opinion/528840.html> (date of access: 25.04.2026).

Получено 05.06.2026

ISSN 2227-1155. Сборник студенческих научных работ.
Вып. 31. Гомель, 2026

УДК 116:004.8:008

А. А. ДОРОХОВА (магистрант)

Научный руководитель – канд. филос. наук *Е. Г. КИРИЧЕНКО*

НОМО INFORMATICUS: ТРАНСФОРМАЦИЯ ЧЕЛОВЕКА В ЦИФРОВОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ СРЕДЕ

Анализируется формирование нового антропологического типа – Номо Informaticus. Рассматриваются ключевые характеристики цифрового человека: множественная идентичность, клиповое мышление, утрата подлинности «Я». Исследуются риски цифровой коммуникации (интернет-зависимость, кибербуллинг, одиночество в сети) и вызовы, связанные с появлением нечеловеческих агентов.

Делается вывод о необходимости развития коммуникативной компетентности.

Цифровая революция конца XX – начала XXI веков привела к фундаментальным изменениям в характере социальных коммуникации. Информационные потоки перестали быть лишь средством передачи сведений, превратившись в среду обитания современного человека [1, с. 45]. Исследователи всё чаще говорят о формировании нового антропологического типа – Homo Informaticus, для которого жизнь в информационном потоке становится естественной [2, 3]. Ещё в середине XX века был выдвинут тезис о том, что средства коммуникации обретают автономию и начинают диктовать человеку способы мышления [4]. Согласно одной из радикальных теорий, коммуницирует не человек, а коммуникация, что ставит под вопрос привычную субъектность [5]. В социальной психологии показано, как механизмы самопрезентации трансформируются под влиянием цифровых платформ [6]. Проанализировано также воздействие рекламных коммуникаций на ценностные ориентации личности в сети [7, 8]. Тем не менее, остаётся не до конца прояснённым, какие именно антропологические характеристики приобретает человек в цифровой среде. Цель данной статьи – выявить и проанализировать ключевые черты Homo Informaticus, а также связанные с его формированием риски и вызовы.

1 Homo Informaticus как новый антропологический тип. Термин Homo Informaticus (человек информационный) обозначает тип личности, сформированный цифровой коммуникативной средой. В отличие от предшествующих антропологических типов – homo loquens (человек говорящий), homo legens (человек читающий), homo cliccus (человек кликающий) – современный человек характеризуется не просто использованием цифровых технологий, а постоянным пребыванием в информационном потоке [2, с. 234–238]. Происходит «сжатие» пространства и времени: информация становится мгновенно доступной в любой точке мира, человек оказывается включённым в глобальные информационные сети, даже не покидая своего дома [2, с. 312–315]. Для Homo Informaticus характерна также информационная перегрузка: объём поступающих данных многократно превышает способность человека к их осмысленной обработке [3, с. 78–82].

2 Трансформация идентичности: множественное «Я». Одним из наиболее значимых следствий цифровой трансформации является изменение идентичности человека. В сети появляется возможность создавать множественные виртуальные образы, «конструировать» себя по собственному желанию, экспериментировать с возрастом, полом, биографией, внешностью [3, с. 112–115]. Интернет предоставляет человеку уникальную возможность анонимности и гибкой самопрезентации [3, с. 78–82]. Современные бренды и рекламные коммуникации всё чаще обращаются не к реальному, а к виртуальному «Я» потребителя, к его сетевым образам и желаниям [9, с. 112–115]. Однако эта возможность порождает серьёзную философскую проблему –

вопрос о подлинности «Я» [10, с. 56–59]. Если человек может быть кем угодно в сети, существует ли его подлинное «Я»? Или же оно распадается на множество виртуальных проекций, ни одна из которых не является более «истинной», чем другие? Ещё до массового распространения интернета был проанализирован феномен самопрезентации: люди всегда управляют впечатлением о себе, но в цифровой среде эта возможность становится практически безграничной, что создаёт риск утраты целостности личности [6, с. 78–82].

3 Клиповое мышление и новые формы восприятия. Цифровая коммуникативная среда формирует новый тип мышления – клиповое. Его характеризуют фрагментарность восприятия, быстрая смена образов, опора на эмоциональное, а не рациональное осмысление, трудность с удержанием длинных логических цепочек [11, 12]. Интернет-коммуникация поощряет всё более короткие сообщения, мысль дробится на отдельные фрагменты, контекст утрачивается [11, с. 245–248]. Эти изменения связывают с трансформацией самого типа мышления: современный человек привыкает «скользить» по поверхности информации, не погружаясь в её глубину [12, с. 134–137]. Общение «здесь и сейчас», характерное для мессенджеров, становится синхронным и мгновенным, но при этом менее рефлексивным [1, с. 267–270]. Человек реагирует немедленно, не имея времени на обдумывание, что меняет саму природу диалога. В мессенджерах и социальных сетях люди могут поддерживать множество поверхностных контактов одновременно, но глубина и качество этих контактов часто снижаются [2, с. 312–315].

4 Риски цифровой коммуникации. Цифровая среда порождает не только новые возможности, но и системные антропологические риски.

Интернет-зависимость. Постоянное нахождение в сети, потребность в непрерывном обновлении информации, в проверке сообщений приобретают характер аддикции. Человек теряет способность находиться вне сети, испытывает тревогу при отсутствии доступа к коммуникации [9, с. 145–148].

Одиночество в сети. Парадоксальный феномен: имея сотни «друзей» и «подписчиков» в социальных сетях, человек может чувствовать себя глубоко одиноким [13, с. 189–192]. Виртуальные контакты не заменяют реального человеческого присутствия, а часто лишь маскируют его отсутствие.

Кибербуллинг. Анонимность и безнаказанность в сети провоцируют агрессивное поведение, которое в реальной жизни человек бы себе не позволил. Травля в сети становится новой формой агрессии, с которой сталкиваются многие пользователи, особенно подростки и молодёжь [14, с. 156–159].

Утрата навыков живого общения. Человек, привыкший к опосредованной, текстовой коммуникации, испытывает трудности при непосредственном, «лицом к лицу» общении. Он теряет способность считывать невербальные сигналы, вести спонтанный диалог, справляться с неопределённостью живого взаимодействия [3, с. 112–115].

5 Нечеловеческие агенты коммуникации. Особый аспект трансформации

Homo Informaticus связан с появлением принципиально новых участников коммуникации – чат-ботов, алгоритмов, систем искусственного интеллекта. Взаимодействие с алгоритмами и ботами становится повседневной реальностью для современного человека [1, с. 345–348]. Мы общаемся с голосовыми помощниками, получаем рекомендации от алгоритмов, ведём переписку с ботами в службах поддержки. Согласно одной из теоретических моделей, если коммуникация есть операция социальной системы, то неважно, кто является её «носителем» – человек или машина [5, с. 118]. Однако возникает вопрос о том, как меняется сам человек, когда значительная часть его коммуникаций приходится на нечеловеческих агентов. Не приводит ли это к дегуманизации общения, к утрате способности к эмпатии, к восприятию другого человека как «алгоритма»? [2, с. 398–402].

Проведённый анализ позволяет сделать следующие выводы. Во-первых, цифровая среда сформировала новый антропологический тип – Homo Informaticus, ключевыми чертами которого являются постоянное пребывание в информационном потоке, множественная («клиповая») идентичность, фрагментарное мышление, зависимость от цифровых коммуникаций. Во-вторых, наряду с беспрецедентными возможностями для самовыражения и общения, цифровая трансформация порождает системные риски: интернет-зависимость, одиночество в сети, кибербуллинг, утрату навыков живого общения. В-третьих, появление нечеловеческих агентов коммуникации ставит перед Homo Informaticus новый экзистенциальный вызов – необходимость сохранить подлинно человеческое в общении, способность к эмпатии и диалогу.

Ключ к решению этих проблем не в отказе от технологий, а в развитии коммуникативной компетентности: способности критически осмысливать информационные потоки, различать подлинное и симулированное, сохранять целостность «Я» в условиях множественных виртуальных идентичностей и не подменять живой диалог взаимодействием с алгоритмами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 **Почепцов, Г. Г.** Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Г. Почепцов. – М. : Ваклер, 2002. – 352 с.
- 2 **Соколов, А. В.** Общая теория социальной коммуникации : учеб. пособие / А. В. Соколов. – СПб. : Изд-во В. А. Михайлова, 2002. – 460 с.
- 3 **Тавокин, Е. П.** Массовая коммуникация. Сущность и состояние в современной России / Е. П. Тавокин. – М. : ЛИБРОКОМ, 2012. – 200 с.
- 4 **Маклюэн, М.** Понимание медиа: внешние расширения человека / М. Маклюэн ; пер. с англ. – Жуковский : Кучково поле, 2003. – 462 с.
- 5 **Луман, Н.** Что такое коммуникация? / Н. Луман // Социологический журнал. – 1995. – № 3. – С. 114–127.
- 6 **Майерс, Д.** Социальная психология / Д. Майерс ; пер. с англ. – СПб. : Питер, 1997. – 684 с.
- 7 **Белянин, А. Б.** Социальная реклама как коммуникативный ресурс управления /

А. Б. Беянин. – М., 2005. – 112 с.

8 **Коломнец, В. П.** Реклама в социологическом видении / В. П. Коломнец // Вестник Московского университета. Сер. 18. Социология и политология. – 2001. – № 1. – С. 165–170.

9 **Полукаров, В. Л.** Рекламная коммуникация / В. Л. Полукаров. – М., 2012. – 192 с.

10 **Потапова, У. Ю.** Социальная реклама: эффективность функционирования в социальной коммуникации российского общества / У. Ю. Потапова. – М., 2012. – 156 с.

11 **Назаров, М. М.** Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования / М. М. Назаров. – М. : Аванти плюс, 2003. – 428 с.

12 **Науменко, Т. В.** Социология массовой коммуникации : учеб. пособие / Т. В. Науменко. – СПб. : Питер, 2005. – 288 с.

13 **Федотова, Л. Н.** Социология массовой коммуникации / Л. Н. Федотова. – СПб. : Питер, 2004. – 336 с.

14 **Шарков, Ф. И.** Социология массовой коммуникации / Ф. И. Шарков, А. А. Родионов. – М., 2002. – 272 с.

Получено 04.05.2026

ISSN 2227-1155. Сборник студенческих научных работ.

Вып. 31. Гомель, 2026

UDC 339.543:174:159.9

D. S. DROZDOVA, E. A. KOTOVICH (ГТ-21)

Research Supervisor – senior lecturer *E. Y. MAKUTONINA*

CUSTOMS OFFICER ETHICS AND EMOTIONAL BURNOUT = ЭТИКА СОТРУДНИКА ТАМОЖНИ И ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ ВЫГОРАНИЕ

The concept of job conditioning in customs service is examined. The main types of professional conditioning are identified: watchman syndrome, emotional burnout, and forbidden fruit syndrome. The influence of long-term customs work on an officer's worldview outside the professional environment is analyzed. Practical recommendations for preventing negative professional conditioning are provided.

Customs officer ethics is a system of professional moral norms governing an officer's conduct, while performing state control duties. Three key principles form its foundation: lawfulness, impartiality, and integrity. Furthermore, professional ethics requires respect for human dignity, confidentiality regarding commercial and personal information, and professional competence – an officer must acknowledge the limits of their expertise and pursue continuous training. In essence, professional ethics in customs serves a dual function: protecting state in-