

ОНТОЛОГИЧЕСКИЙ СТАТУС СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Д. Г. Шабалин

ONTOLOGICAL STATUS OF SOCIAL COMMUNICATION

D. G. Shabalin

В статье представлены результаты исследования онтологического статуса понятия «социальная коммуникация». Автор рассматривает проблему социальной коммуникации с позиций текстуальной картины мира, в контексте теории дискурса и языкового сознания социума.

The paper discusses the problem of ontological status of social communication in social philosophy. The author analyses social communication within textual world outlook, theory of discourse and social language mentality.

Ключевые слова: социальная коммуникация, социальность, философия языка, текст, дискурс.

Keywords: social communication, sociality, language philosophy, text, discourse.

В социальной философии XX века проблемы коммуникации, диалогичности, дискурса становятся ведущими. Исследователи отмечают, что фактором, определившим характер исследований коммуникации, стало обращение философской и научной рефлексии к действительности языка. В настоящее время текстуальный подход к проблеме коммуникации и рассмотрение текста как единицы коммуникации, как способа обмена информацией, как особого вида организации значений и структурирования смысловой информации вербального и невербального плана в социально-философском познании представляется наиболее продуктивным и перспективным в силу объективного накопления ценных результатов в изучении социальности и коммуникации.

Исследования языковых структур, знаковых систем в работах философов и логиков (Б. Рассел, Л. Витгенштейн), лингвистов и семиотиков изменили понимание коммуникации и подходы к ее изучению и организации [1, с. 497]. Семиотика сделала определённые шаги в плане концептуализации понятия коммуникации. Американский философ-прагматик Ч. Пирс, заложивший теоретические основы семиотического направления, полагал, что знаки порождаются в сознании одного индивида как интенциональные акты и вызывают ответную реакцию сознания второго индивида. Эти знаки «в ранние моменты истории высказывающегося сознания были продуцированы другим сознанием и адресованы первому и его действующему интерпретатору. Теперь же они становятся интенциональным интерпретатором в новом знаковом событии» [11, р. 197]. Взгляды Ч. Пирса во многом определили подходы к изучению социальной коммуникации, открыв перспективу изучения коммуникации и в контексте системы знаков как объектов духовного мира человека и общества, и как текста.

Понятие «текст» аккумулирует в себе самые различные аспекты проявления социальности в плане коммуникации. Так, М. М. Бахтин убежден, что «человеческий поступок есть потенциальный текст и может быть понят (как человеческий поступок, а не физическое действие) только в диалогическом контексте своего времени» [3, с. 477 – 478]. «За любыми актами общения прослеживается наличие текста как основной и, видимо, высшей содержательной единицы об-

щения. Важной особенностью для понимания феномена социальности текста является то, что любой текст всегда имеет более одного владельца, всегда находится в совместном владении двух или большего числа индивидов живущего поколения, что и позволяет тексту переживать своих владельцев, существовать неопределенно долго, постоянно и преемственно изменяясь в актах общения» [10, с. 83].

Анализируя содержание приведенных размышлений по поводу текстуальной основы социальной коммуникации, можно сделать вывод о том, что комплекс конкретно-исторических условий, субъективных жизненных и коллективных ситуаций, преломляясь в сознании социального субъекта, порождает текст. Текст является способом развертывания социальности и результатом взаимодействия структур социального. Отношения между субъектом и текстом весьма сложны, а роль текста как способа коммуникации социальных структур является ведущей.

Концепту коммуникации отводится значительная роль и в социальной философии постмодернизма. Схематично коммуникация представляет собой процесс передачи, транслирования от одного субъекта другому тождественности обозначенного объекта или смысла, формально позволяющего отделить себя от процесса этой передачи и от функции называния. В этом процессе понятие текста также очень важно. «Рассматривая человека только через призму его сознания, то есть исключительно как геологический феномен культуры и, даже более узко, как феномен письменной культуры... постмодернисты готовы уподобить самосознание личности некоторой сумме текстов в той массе текстов различного характера, которая, по их мнению, и составляет мир культуры. Весь мир, в конечном счете, воспринимается Ж. Деррида как бесконечный, безграничный текст» [5, с. 2].

Для постмодернизма существование текста возможно лишь при наличии прочих текстов. Текст обнаруживает открытую структуру и с готовностью вбирает в себя голоса контекстов. Процесс коммуникации обусловлен авторским намерением, которое реализуется в процессе создания в авторском тексте, предназначенном для прочтения читателем. В процессе создания авторское намерение переживает своеобразную смерть, поскольку читатель переводит, интер-

претирует смыслы текстов, создавая в ходе освоения авторского текста свой собственный, соавторский текст. Интертекстуальность процесса транслирования смыслов в актах коммуникации постмодернизма обусловлена неизбежным и непрерывным процессом знакового обмена и перекодировок. Постоянный обмен смыслами стирает границы между своим и чужим смыслами, введенный в ситуацию коммуникации знак является потенциальной собственностью любого участника интеракции. Пространственно-временные рамки в философском концепте коммуникации постмодернизма теряют свою актуальность: человек отказывается от самоидентификации, виртуальное и реальное переходят друг в друга, субъект теряет способность быть тождественным самому себе. Человек сам является моментом в коммуникации с другими людьми, непрерывным процессом становления и изменения. Постмодернизм призывает не искать каких-либо устойчивых форм бытия человека, но осознать его коммуникативность и гибкость в актах коммуникации, невозможность вычленения из форм коммуникации каких-либо регулятивов и ценностей. Интенсификация коммуникации, разнообразие коммуникативных практик и интертекстуальность обусловлены субъективными характеристиками участников коммуникационного процесса – именно разнообразие личностей задает предельно широкий диапазон возможных контекстов, вариативность интерпретации, включение полифонии каналов транслирования смыслов и текстов.

В социально-философском познании обнаруживается достаточно широкий семантический пласт понятия коммуникации. Так, коммуникация определяется как связь эмпирических индивидов посредством взаимно приносимой пользы или как связь законопослушных граждан, признающих общность закона и выполняющих его требования, разработаны концепции коммуникации в сфере науки, образования, культуры и духа. «Коммуникация в сфере духа есть создание из общественной субстанции идеи целого. Отдельный индивид сознает себя стоящим на своем месте, имеющим особый смысл внутри целого и определяется последним. Его коммуникация – это коммуникация отдельного члена с организмом. Он отличается от всех остальных, но составляет с ними одно в объемлющем их порядке» [Цит. по: 4, с. 301].

Очерчивая круг социально-философских параметров коммуникации, возникает необходимость обращения к такому понятию, как «социальная коммуникация». Социальная коммуникация обнаруживает различную степень разработанности в зарубежном и отечественном социально-философском познании и получает свое пристальное рассмотрение в ряде парадигм и концептов: социально-психологическое направление (бихевиоризм, диалоговый дискурс К. Ясперса, М. М. Бахтина, М. Бубера); феноменологическая интерпретация социальной коммуникации (А. Шюц, Г. Гарфинкель); социолингвистические позиции (Т. М. Дридзе, И. П. Сусов); символический интеракционизм (Д. Мид, Г. Бламер); социальная коммуникация в контексте практических, прагматических аспектов информационных контактов (А. Моль); теория технологического детерминизма (Д. Белл, Э. Тоффлер);

коммуникативная парадигма самодостаточного и саморазвивающегося общества (Н. Луман).

В самом общем виде под социальной коммуникацией понимается такой вид отношений членов общества, который формируется в ходе социальных процессов и взаимодействий. Социальная коммуникация исследуется на основании самых различных критериев. Наиболее распространено деление социальной коммуникации на межличностную и массовую социальную коммуникацию.

Инструментами и институтами массовой коммуникации являются средства массовой информации – радио, телевидение, печатные издания, интернет, цель которых – сообщение информации членам общества. Обратная связь членов общества и средств массовой информации для получения различного рода информации осуществляется посредством опросов общественного мнения, референдумов, социологических исследований и т. д. Средства массовой коммуникации являются основным источником информации социума, преобладающей сферой общения и организации досуга. Средства массовой информации продуцируют специфическую «вторичную реальность», выступающую в качестве основы для формирования ценностей и идеалов общественного мнения. Массовая социальная коммуникация – это адресованный всем членам социума информационный текст, в создании которого задействованы новейшие технические средства связи и технологии. Преимущественно этот текст носит серьезный смысловой характер и направлен на содействие реализации общественного управления, социального контроля, развитию и организации современного массового производства. Роль массовой коммуникации постоянно возрастает в связи с расширением потенциальных возможностей коммуникационных процессов с использованием современных электронных средств и технологий коммуникации.

Межличностная коммуникация предполагает ситуацию непосредственных актов общения между участниками коммуникации и позволяет отдельным членам общества устанавливать между собой обособленный от прочих индивидуумов обмен информацией. К способам общения такого вида относится беседа, разговор, диалог при речевом взаимодействии в ходе общения, а также посредством телефона, интернет-телефонии и прочих технологий передачи информации и общения.

Термин «массовая коммуникация» вызывает до сих пор немало споров по причине различного понимания «массовости». В самом общем виде массовая коммуникация представляется источником и средством распространения информации, необходимой для функционирования социальных институтов. Она выступает в качестве важнейшего ресурса образцов регулирующего характера, средств формирования образов социальной реальности. Следует отметить, что массовая коммуникация вовсе не выступает синонимом «массмедиа», или средствам массовой информации. Средства массовой информации – это инструмент в виде коммуникационных технологий, позволяющих функционировать массовой коммуникации. Теория массовой коммуникации, по мысли Г. П. Бакулева, – это одна из многочисленных, имеющих пра-

во на существование теорий, каждая из которых в некоторой степени связана с конкретным средством коммуникации, аудиторией, местом, временем, условиями и автором теории. Теория массовой коммуникации может быть персонифицирована, она постоянно развивается и динамична [2, с. 8].

Мы полагаем, что весьма перспективным в плане определения онтологического статуса социальной коммуникации представляется коммуникационный подход к теории общественного развития, который одним из первых применил Г. М. Маклюэн. Он развил идею о том, что коммуникационные технологии внедряют контроль над знаниями, социальностью и коллективным сознанием. «В такой культуре, как наша, издавна привыкшей расщеплять и разделять вещи ради установления контроля над ними, люди иногда испытывают своего рода небольшой шок, когда им напоминают, что на самом деле, как с операционной, так и с практической точки зрения, средство коммуникации есть сообщение» [7, с. 9]. По мнению исследователя, к средствам коммуникации относятся язык, деньги, дороги, печать, компьютер, телевидение. Событие приобретает общественную значимость не как факт, а в связи с переданным посредством коммуникации сообщением. Фонетическая письменность трансформировала устное в визуальное, печать навязывает сознанию... частную индивидуализированную логику. Переход от печатных средств коммуникации к электронным формирует новый тип восприятия реальности. Человек оказывается включенным во все происходящее целостно [8].

Смена технологий, ведущая к смене способа коммуникации, по мысли Маклюэна, является решающим фактором в формировании конкретной социально-экономической системы. Т. е. тип общества в значительной мере может быть детерминирован ведущим в этом обществе типом коммуникации, а человеческое восприятие – скоростью передачи транслируемой информации. Следовательно, структура коммуникации обуславливает в значительной мере и структуру социальности. Маклюэн убежден в том, что средства коммуникации определяют структуру знания, формируют восприятие пространства и времени, задавая эти параметры как для отдельной личности, так и для всего общества. Изобретение технических средств носит революционный характер – от алфавита и письменности к печатному станку и электронным средствам коммуникации – и такой же представляется эволюция цивилизации. Маклюэн полагает, что развитие социально-политической и экономической модели индустриального общества было бы невозможно без смены коммуникативных моделей, которая повлекла за собой изобретение печатного станка, так как только в условиях массового распространения печатного слова становится возможным развитие предпринимательства и демократизация общества. Средства коммуникации, по убеждению Маклюэна, детерминируют принципы восприятия пространства и времени, определяют структуру знания, диктуя эти условия как отдельному человеку, так и всему обществу.

Не отрицая известной самостоятельности средств массовой коммуникации, на основе наблюдения тенденций усиления роли массмедиа мыслитель прогно-

зирует возможность получения массмедиа власти над человечеством, которое будет автоматически контролироваться. Маклюэн полагает, что современные виды телекоммуникаций, массмедиа и компьютерные системы постепенно могут привести к формированию максимально автоматизированной человеческой индивидуальности, своеобразного «глобального бытия», а мир превратится в «глобальную деревню».

Социокультурная динамика обозначена у Маклюэна термином «имплозия», под которой он имеет в виду «мощную интенцию к механической технологии и механическому фрагментарному псевдоединству видео-культуры, пришедшей на смену аудио-органическому единству» [9, с. 438]. Исторический процесс, согласно этой модели, ориентирован на переход от «эксплозии» к «имплозии» как новой парадигме социальности на основе компьютерных средств коммуникации.

Коммуникация и способы ее воспроизводства у Н. Лумана выступают в качестве единственной общественной реальности, по отношению к которой все прочие формы проявления социального бытия представляются «внешним миром». Считая коммуникацию единственно подлинной социальной операцией, Н. Луман так характеризует эту форму социальности: «коммуникация – это самая малая из возможных единиц социальной системы, а именно – такая единица, на которую сама коммуникация еще может реагировать при помощи коммуникации же» [6, с. 86]. Коммуникация в концепции Лумана является единицей, конституирующей структуры социальности, базовой операцией для образования социальных систем. Механизм функционирования коммуникации связан с отношением между сообщением, информацией и пониманием. Цель коммуникативного процесса – конституирование, воспроизводство смыслов. Само определение общества у Лумана связано с понятием смысла: «Общество – это система, конституирующая смысл» [6, с. 50].

По Луману, важной характеристикой социальных систем является то, что описание этих социальных систем возможно благодаря языку и лингвистическим различиям, возникающим как результат функционирования систем: смысл возникает как отношение лингвистических различий. Через смысл обеспечивается системная адаптация, приспособляемость социальных систем в условиях их полилога. Окружающая среда, составленная из других социальных систем, для каждой заданной социальной системы является сложнее самой системы. В связи с этим конституирование системы осуществляется редукцией, самоограничением системы от окружающего мира. Для обеспечения своего функционирования и стабильного развития система должна постоянно себя воспроизводить, что проявляется в так называемой референтности, т. е. способности реагировать на окружающий мир в результате реакции на себя.

Таким образом, можно утверждать, что социальная коммуникация выступает в качестве формы реализации социального бытия, которая возникает как результат диалога социальных субъектов и является связующим элементом социальных структур. Социальный диалог – это и результат взаимодействия

множественности культур, и реализация самоопределения человеческого бытия в социокультурном пространстве, которое демонстрирует непрерывность временного плана социальной действительности.

Литература

1. Бабайцев, А. Ю. Коммуникация / А. Ю. Бабайцев // Новейший философский словарь; 2-е изд. – Минск: Интерпресссервис: Книжный Дом, 2001.
2. Бакулев, Г. П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции / Г. П. Бакулев. – М.: Аспект-Пресс, 2005.
3. Бахтин, М. М. Проблема текста в лингвистике, филологии и других гуманитарных науках / М. М. Бахтин // Литературно-критические статьи. – М.: Художественная литература, 1986.
4. Гайденко, П. П. Прорыв к трансцендентному: новая онтология XX века / П. П. Гайденко. – М., 1997.
5. Ильин, И. П. Постструктурализм. Деконструктивизм. Постмодернизм / И. П. Ильин. – М.: Интрада, 1996.
6. Луман, Н. Общество как социальная система / Н. Луман. – М., 2004.
7. Маклюэн, Г. М. Понимание Медиа: внешние расширения человека / Г. М. Маклюэн. – М.: Гиперборея, 2007.
8. Маклюэн, Г. М. Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего / Г. М. Маклюэн. – М.: Академический Прект: Фонд «Мир», 2005.
9. Можейко, М. А. Мак-Люэн / М. А. Можейко // Всемирная энциклопедия. Философия XX века. – М.: АСТ; Минск: Харвест, Современный литератор, 2002.
10. Петров, М. К. Язык, знак, культура / М. К. Петров. – М.: Наука, 1991.
11. Peirce, Ch. Selected Writing / Ch. Peirce. – New York, 1977.

Информация об авторе:

Шабалин Дмитрий Геннадьевич – аспирант кафедры философии Поволжского государственного технологического университета. Россия, Йошкар-Ола, +79178582095, Dmitri_Shabalin@mail.ru.

Dmitry G. Shabalin – post-graduate student at the Department of Philosophy, Volga State Technological University.

Статья поступила в редколлегию 11.10.2013 г.