

Я.С. Яскевич

ФИЛОСОФСКИЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Допущено
Министерством образования Республики Беларусь
в качестве учебного пособия для студентов учреждений
высшего образования по специальности
«Социальные коммуникации»



Минск
«Вышэйшая школа»
2017

УДК 1:316.7(075.8)
ББК 88.53я73
Я81

Рецензенты: кафедра методологии гуманитарных наук, культуры и искусства Белорусского государственного университета (заведующий кафедрой доктор философских наук профессор *М.А. Можейко*); доктор философских наук профессор *В.К. Лукашенко*

Все права на данное издание защищены. Воспроизведение всей книги или любой ее части не может быть осуществлено без разрешения издательства.

ISBN 978-985-06-2892-3

© Яскевич Я.С., 2017
© Оформление. УП «Издательство
“Вышэйшая школа”», 2017

ПРЕДИСЛОВИЕ

Социальная коммуникация в поиске ценностей компромисса, консенсуса и рационального выбора

В переломные моменты истории, как это происходит в современную эпоху глобального кризиса, обостряется философско-методологическая рефлексия в различных ее измерениях: от повседневности – до науки, от локального – к глобальному, от национального – к мировому уровню, ибо возникает проблема радикального пересмотра системы ценностей, убеждений, исторически сложившихся стереотипов общепризнанного знания, социального действия, а значит, мировоззренческих оснований приоритетов человека и человечества в целом. Без новых идей невозможно появление передовых социально-экономических отношений и стратегий выхода из кризиса.

В предлагаемом учебном пособии рассматриваются вопросы сущности и предназначения социальной коммуникации в контексте развития философии и культуры, анализ основных этапов ее становления и развития, взаимодействие различных феноменов социальной коммуникации, альтернативные варианты решения взаимосвязи морали, науки, экономики, управления, политики, бизнеса.

Философское вопрошание особенно актуализируется в переломные эпохи человеческого существования, выступая одной из специфических характеристик социальной коммуникации. До сих пор продолжается это вопрошание, погружая человека уже XXI в., в открытый для бесконечного поиска мир надежд и потрясений, порядка и хаоса, гармонии и абсурда, мир, где осуществляется прояснение сознания, где всегда по-новому актуализируется задача «дойти до сути», «до конца», разобраться в многообразии философско-коммуникативных концепций и найти свой ракурс мировосприятия. В постановке и поиске ответов просматривается соотношение вечного и сиюминутного. Круг охватываемых проблем, а в соответствии с этим их решение исторически изменялись с развитием общества, науки, философского и социально-гуманитарного знания. Во многом философско-социальная проблематика является экспликацией категориальной структуры определенной культуры. Преобразование смыслообразующих доминант (универсалий) культуры – и соответственно изменение типа культуры – означает трансформацию не только обра-

за человеческого мира, продуцируемых им типов личности, их отношения к действительности, их ценностных ориентаций, но и типа социальной коммуникации.

В пособии анализируются философские и цивилизационные основы мирового кризиса, раскрывается сущность антропологического поворота в современной философии, науке, экономике, политике, управлении. Опираясь на динамику мировых культур, цивилизаций, науки, показывается, что время кризиса – это время надежды и диалога и что экономический кризис во многом является кризисом системы духовных ценностей в угоду материальным. Для преодоления комплекса социально-экономических проблем, выявления роли свободного рынка, глобальных финансовых структур необходимо ценностно-революционное переосмысление современного мироустройства, отказ от эгоистических устремлений и силового отношения к человеку, природе, обществу. Нужны обновленные формы социальной коммуникации, нацеленные на диалог, понимание и глубинную ответственность при принятии решений на глобальном и локальном уровнях.

Сегодня человечество переживает эпоху цивилизационного поворота, ибо возвестивший о себе мировой кризис, динамичный процесс глобализации современного мира означает фундаментальный перелом всего мироустройства, необходимость переосмысления всей системы ценностей техногенной цивилизации с ее устремленностью к силовому отношению к природе, человеку, обществу, эгоистической моделью устройства мира в интересах глобальных корпораций, злоупотреблением их монопольным положением, «экспортом нестабильности и хаоса» из стран гигантов, делением мира на «избранных» и «зон гетто», завышенным материальным потреблением, властью материальных ценностей и забвением общечеловеческих нравственно-духовных приоритетов в науке, культуре, экономике и политике.

Время кризиса – это время диалога, надежды и ответственности, поскольку в «пограничных ситуациях» и отдельный человек, и человеческое сообщество приходят к необходимости осознания своего абсурдного положения, обращения к своим историческим, социокультурным и духовным истокам, к диалогу эпох, культур, конфессий и благодаря этому выстраиваются перспективные модели преодоления кризисных ситуаций.

В связи с этим основными целями данного учебного пособия являются рассмотрение фундаментальных философско-ме-

тодологических проблем теории социальной коммуникации и на этой основе развитие у студентов концептуальных представлений об обществе как системе, его историческом развитии, а также о социальном статусе человека, возможностях реализации им собственных интересов, утверждения себя как личности, радикальных изменениях природы человека в контексте новых биомедицинских и генноинженерных открытий современной науки. Системный анализ фундаментальных проблем коммуникации в рамках культуры, экономики, философии истории и цивилизационного развития общества, предлагаемый в данном учебном пособии, будет способствовать формированию у студентов умения анализировать явления общественной жизни, раскрывая порождающие их причины; выявлять за происходящими в обществе событиями их сущность, осуществлять конструктивный анализ социально-исторических явлений прошлого в качестве прецедента для понимания реалий современной науки, экономики, политики и культуры, прогнозировать развитие исторического процесса и предвидеть его последствия.

В контексте стратегий развития информационного общества становление социальной коммуникации является не только фактором научного и образовательного пространства, но и прерогативой коммерческого сектора. Она предусматривает востребованность специалистов по социальной коммуникации учреждениями управления, культуры, здравоохранения, социальной защиты, общественными организациями, движениями, политическими партиями, учебными заведениями, охватывая, таким образом, все сферы жизни общества.

Знания, сформированные в области исследования социальной коммуникации, как отмечается в Государственном стандарте данной специальности, необходимы для проведения таких видов деятельности, как производство информации об организации или предприятии и его продукте с целью позиционирования и продвижения; информационное обеспечение управленческих решений и оценка их последствий (сбор, обработка, накопление, актуализация, представление, анализ и интерпретация информации, в том числе посредством проведения маркетинговых, организационных, медийных и других исследований); планирование, разработка и реализация коммуникационной политики предприятий и организаций и др.

В Белорусском государственном университете специальность «Социальные коммуникации» была открыта в 2012 г. и в

настоящее время является одной из наиболее востребованной среди работодателей и студентов. На базе кафедры социальной коммуникации факультета философии и социальных наук БГУ, располагающей достаточным кадровым потенциалом для проведения образовательной деятельности первой и второй ступени по специальности «Социальные коммуникации» в 2016 г. открыта практико-ориентированная программа магистерской подготовки «Коммуникативный менеджмент» и планируется открыть ряд междисциплинарных магистерских программ по проблемам социальных коммуникаций на стыке экономики, политики, культуры, информационных технологий. Данные образовательные программы призваны решать проблемы новых форм и стратегий общественного взаимодействия, социальных медиа, научной коммуникации, кризисных коммуникаций, организационной коммуникации.

Реальными результатами изучения рассматриваемых в пособии материалов выступят формирование у студентов современного мировоззрения и интегрального видения общества, базирующегося на гуманистических идеях и принципах деятельности; овладение основами мировой и отечественной социально-философской и философско-коммуникативной традиции; формирование способности к креативному и критическому мышлению в профессиональной деятельности, овладение современным стилем научно-практического и рационально-ориентированного мышления; умение четко формулировать свою социально-политическую и смысложизненную позицию и философски обосновывать их.

Сложность и многогранность поставленных в книге проблем позволяет надеяться на то, что она вызовет интерес у студентов, у всех тех, кто всерьез интересуется философскими, социальными и научными проблемами.

Профессор Я.С. Яскевич

Социальная коммуникация как наука: динамика, предмет, междисциплинарный и образовательный статус

1.1. Становление, этапы развития и проблемное поле социальной коммуникации

В условиях глобализации и информатизации общества *социальная коммуникация* становится феноменом, представляющим собой фундаментальное основание общественной жизни, профессиональной деятельности, формирования общества доверия и достижения социального согласия по дискуссионным вопросам.

Рассмотрим в данной теме содержание понятия «коммуникация», историю становления и развития социальной коммуникации как отрасли науки и образования, специфику социальной коммуникации и ее отдельных видов в различных феноменах культуры – экономике, бизнесе, политике, науке.

В обыденном словоупотреблении, а иногда и в философско-научной литературе понятие «коммуникация» используется как синоним понятия «общение». Вместе с тем между ними имеются существенные различия. В строгом смысле слова коммуникация – чисто информационный процесс, передача субъектом некоей информации какому-то объекту (или субъекту) ее принимающему. Задача получателя информации, или приёмника (адресата, коммуниканта, реципиента, пользователя) заключается, прежде всего, в том, чтобы принять содержание послания и возможно более точно извлечь информацию из текста, в котором она закодирована, усвоить ее.

Общение же в отличие от коммуникации предполагает не только информационную, но и личностно-экзистенциальную, субъективную связь между людьми. *Общение симметрично* ибо предполагает функциональное равенство участвующих в нем лиц как субъектов единой совместной коммуникативной деятельности. *Коммуникация асимметрична*, ибо роли отправителя сообщения и его получателя различны, что передается обозначением первого как субъекта, а второго как объекта. В современной культуре, благодаря посылам, идущим от со-

циальной коммуникации, понятие коммуникации используется не только в плане передачи информации, информационного обмена в технологически ориентированных системах, но и в более широком смысле слова, включая в себя и те подходы, которые характерны при интерпретации понятия «общение». В этом плане коммуникация рассматривается как *интеллектуальный процесс*, имеющий соответствующую содержательную наполненность и связанный с определенными ситуациями социального действия. Обратим внимание на такое измерение коммуникации, как ее экзистенциальная составляющая – акт обнаружения Я в другом (при этом используется понятие «экзистенциальная коммуникация»). Коммуникативное поведение ориентировано на понимание, предполагает принятие другого в качестве самодостаточной ценности.

В современных энциклопедических словарях обычно указывается на два значения понятия коммуникации: 1) путь сообщения, связь одного места с другим; 2) общение, передача информации от человека к человеку, осуществляющаяся, главным образом, при помощи языка. По отношению к животным понятие коммуникации означает наличие у них определенных сигнальных способов связи друг с другом. Понятие коммуникации используется в социально-гуманитарных, биологических и технических науках. *Элементарная схема коммуникации* предполагает наличие, как правило, трех участников действия: передающий субъект (коммуникант) – передаваемый объект (сообщение) – принимающий субъект (реципиент). В соответствии с этим коммуникация понимается как способ взаимодействия субъектов, т.е. способ взаимодействия, опосредованный некоторым объектом. Заметим, что в данном понимании коммуникации в большей степени присутствует ее техническая сторона – когда коммуникация предстает как передача содержания сообщения (информации) от отправителя к потребителю. В понятии же социальной коммуникации фиксируется *момент социальности*, присущий субъектам, вовлеченным в социальное пространство общения, прошедшим соответствующую социализацию, способным улавливать смысловые оттенки передаваемого сообщения в контексте определенной культуры, определенной времени и личностной специфики. *Общественное, социальное* – это все то, что характеризует совместное существование людей и отлично от их природной, биологической основы. Вне непосредственного и опосредованного взаимодействия людей

общество не существует, как и становление человеческой личности, ее социализация и социальная коммуникация невозможны вне общества, вне усвоения социального опыта, мира культуры и науки, программ поведения, общения и деятельности, накопленных социумом.

Социальная коммуникация вбирает в себя генетически, психологически и социально заложенные в человеке необходимые для дальнейшей коммуникации предпосылки, и в то же время определяющим образом способствует становлению и формированию последних в результате социально-коммуникационных практик, погруженных в социокультурный контекст. На основе такой непрерывающейся творческой работы происходит процесс опредмечивания смыслов, которыми владеет передающий субъект (коммуникант) в виде коммуникационных сообщений (речь, письмо, рисунок) или в виде материальных изделий, в которых закодирован определенный смысл (орудия, одежда, строения). Для постижения смыслов реципиент может использовать оба вида сообщений и в каждом виде сообщения есть свои проблемы постижения смыслов, а, значит, и адекватного его понимания.

С концептуально-методологической точки зрения **социальная коммуникация** – это социально обусловленный способ и процесс передачи информации от одной системы к другой посредством специальных материальных носителей (знаков, сигналов, языков), осуществляющийся между отдельными субъектами, группами, организациями, государствами, культурами с целью обеспечения функционирования, взаимосвязи и развития социальных систем, трансляции социокультурного опыта, организации совместной деятельности и управления обществом. Социальная коммуникация в процессе непосредственного общения между людьми неразрывно связана с их психологическим взаимодействием и лишь в абстрактной модели может рассматриваться как самостоятельная информационная форма межличностной коммуникации.

В качестве отрасли научного знания – *науки о коммуникации, коммуникационной науки, коммуникативистики* (перевод английского термина «communication studies») – социальная коммуникация выделилась в самостоятельный объект социальных наук в связи с развитием технических средств передачи информации в 1920-х гг. Усложнение организационных условий передачи информации, использование технических средств при этом обусловили уменьшение непосредственного взаимо-

действия коммуникаторов и привели к необходимости специального изучения закономерностей функционирования информации в новых условиях существования социальных систем. Становление кибернетики, информатики, семиотики послужило стимулом развития теории социальной коммуникации.

Социальная коммуникация как наука представляет собой совокупность исследований о роли коммуникации в обществе, имея в виду ее историю, развитие, содержание и структуру коммуникационных процессов, использование определенных средств коммуникации, исследование смысловых аспектов социального взаимодействия. В результате формируется система знаний и деятельности по получению новых знаний о коммуникации, синтезируясь в единое научное знание (науку), включающую: 1) историю и теорию коммуникации; 2) теории различных типов коммуникаций, разработанные отдельными авторами (теории массовой коммуникации, теории межкультурной коммуникации, теории социолингвистической коммуникации, теории эгалитарной коммуникации и пр.); 3) науки и научные направления, изучающие различные коммуникации (социология коммуникации, психология коммуникации и др.); 4) теорию и практику коммуникативной деятельности в различных сферах общества с помощью различных средств и с различными субъектами¹.

Социальная коммуникация, выделевшись в самостоятельную область социальных наук в контексте быстро развивающихся информационно-технических средств (радио, телевидение, компьютеры, техника в целом), становления кибернетики, информатики, семиотики, усложнения математики и инженерных наук, развития крупных корпораций, мощной динамики процессов глобализации, прошла несколько этапов своего становления и опредмечивания, начиная с 1920-х гг. При этом исследователи отмечают, что осмысление коммуникационной проблематики шло по определенным направлениям: *англо-американское* – акцент сделан на лингвистический анализ и «прояснение языкового опыта» (Витгенштейн); *французское* – не ограничивающееся языковой коммуникацией, но включающее различные социальные проблемы коммуникации современного общества (осмысление феноменов идеологии и власти, критика капитализма, осмысление дискурсивных практик); *философия диалога* (Бубер, Левинас, Бахтин, Розенцвейг, Эбнер, Библер и др.);

¹ Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации / Ф.И. Шарков. М., 2010.

немецкая школа коммуникативистики – изучение различных средств коммуникации: газетного дела, книг, фильмов, радио и пр.; специфики политической коммуникации)¹.

Как *междисциплинарная область исследований* социальная коммуникация развивается в тесном взаимодействии с другими науками и в их рамках выделяет свой ракурс исследования. Так, *этнография* изучает бытовые и культурологические особенности коммуникации как общения в этнических сообществах; *психология* рассматривает факторы, способствующие передаче и восприятию информации, процесс межличностной и массовой информации, а также различные аспекты коммуницирующих субъектов; *лингвистика* занимается проблемами вербальной коммуникации – нормативным и ненормативным употреблением слов и словосочетаний в речи – устной и письменной, диалогической и монологической и др.; *паралингвистика* рассматривает способы невербальной коммуникации – жесты, мимику и другие несловесные коммуникативные средства; *социоллингвистика* изучает социальную природу языка и особенности его функционирования в различных сообществах, механизмы взаимодействия социальных и языковых факторов, обуславливающие контакты между представителями различных групп; *социология коммуникации* исследует функциональные особенности общения представителей различных социальных групп в процессе их взаимодействия и в результате воздействия на их отношение к социальным ценностям данного общества и социума в целом².

В зависимости от оснований выстраиваются различные типологии коммуникации.

По субъектам коммуникации и типу отношений между ними выделяют такие ее виды, как: *межличностная коммуникация*, представляющая собой вид личностно-ориентированного общения, связанный с обменом сообщениями и их интерпретацией двумя или более индивидами, вступившими в определенные отношения между собой; вид коммуникации в ситуации межличностных взаимодействий и (или) отношений; *межгрупповая коммуникация* – вид взаимодействия людей, детерминруемый их принадлежностью к различным социальным группам и категориям населения, независимый от их межличност-

¹Назарчук, А.В. Теория коммуникации в современной философии / А.В. Назарчук. М., 2009.

²Бориснёв, С.В. Социология коммуникации / С.В. Бориснёв. М., 2003.

ных связей и индивидуальных предпочтений; *публичная коммуникация* – вид институционального общения с публикой (сообщение в такой коммуникации затрагивает общественные интересы и приобретает публичный характер); *массовая коммуникация* – процесс систематического распространения информации, носящий институциональный характер, а также передача специально подготовленных сообщений с помощью различных технических средств на численно большие, анонимные, рассредоточенные аудитории (является регулятором динамических процессов общественного сознания, интегратором массовых настроений, а также мощным средством воздействия на индивидуальность и группы).

По используемым средствам осуществления коммуникации классифицируется *вербальная коммуникация, невербальная коммуникация, или коммуникация, осуществляемая в паралингвистическом дискурсе (коммуникация с помощью знаков; коммуникация с помощью жестов; коммуникация с помощью символов; коммуникация с помощью других паралингвистических средств – мимики, поз, и др.)*¹.

На основе изучения процесса развития социальной коммуникации в научном и образовательном пространстве с учетом международного и национального опыта в последние десятилетия произошло становление и выделение данной области исследования и ее дисциплинарного поля в качестве *автономной, самодостаточной академической единицы*. Об этом свидетельствует появление монографических изданий, научных проектов, учебных пособий, бакалаврских и магистерских программ по социальной коммуникации, кандидатских и докторских диссертаций. В ряде университетов мира (Амстердамский университет; Университет Помпеу Фабра, Испания; Лондонский университет; Римский университет Ла Сапиенца; Лундский университет, Швеция; Университет Южной Флориды; Государственный университет, Нью-Йорк; Квинслендский университет, Австралия и др.) идет *специализация в области исследований социальной коммуникации* с выделением отдельных направлений и программ: «Корпоративная коммуникация», «Убеждающая коммуникация», «Политическая коммуникация», «Коммуникация в сфере развлечений и досуга», «Общество знаний и информационное общество», «Межкультурная коммуникация», «Научная коммуникация», «Этика и

¹Андреанов, М.С. Невербальная коммуникация: психология и право / М.С. Андреанов. М., 2007.

коммуникация», «Политическая психология межкультурных отношений», «Теории связей с общественностью (PR) и коммуникационного менеджмента», «Мультикультурализм в публичной сфере: теория и повседневность», «Корпоративные коммуникации в глобальном контексте», «Персонализированные маркетинговые коммуникации» и др.

Исследование коммуникационных процессов (Маллинз, Гриффит) позволяет выделить четыре этапа, которые проходит научная специальность (крупная дисциплина) в своем становлении: *нормальная фаза, коммуникационная сеть, сплоченная группа, специальность*. Для каждой из этих фаз характерны специфические механизмы взаимодействия – от коммуникации через сотрудничество к соавторству и, наконец, к ученичеству. В зависимости от реальной плодотворности новое направление превращается в научную специальность с последующей организацией кафедр, лабораторий. Социальная коммуникация в своем развитии успешно прошла вышеназванные фазы и на современном этапе осуществляет свое статусное закрепление как самодостаточной специальности в международном образовательном пространстве.

На основе вышеизложенного материала по реконструкции истории развития социальной коммуникации, на наш взгляд, можно выделить следующие этапы ее динамики:

- этап становления социальной коммуникации в контексте развития новых технических средств, информатики и кибернетики; при этом в подходах ученых и практиков закрепляется представление, что социальная информация оказывает немедленное и прямое воздействие на аудиторию с последующим анализом влияния на нее межличностных коммуникаций и социальных ситуаций – 1920–1960-е гг.;

- этап опредмечивания социальной коммуникации в качестве самодостаточной, автономной науки, приобретения собственного предмета исследования и осмысления коммуникационной проблематики в рамках отдельных направлений (англо-американского, с акцентом на лингвистический анализ коммуникации; французского с изучением отдельных дискурсивных практик; немецкого с упором на средства коммуникации; диалогического с исследованием субъект-субъектных отношений коммуницирующих сторон и др.); этап актуализации социальной коммуникации, связанный с общественными и технологическими изменениями конца 1960-х гг., динамикой движений за гражданские права, массовизацией телевидения, обо-

снованием долгосрочных или отложенных эффектов массмедиа в отличие от прежних исследований воздействия массмедиа на аудиторию как немедленного (минимального или максимального); этап первых дебатов о социальных изменениях, вызванных цифровыми устройствами и сетями коммуникации – 1960–1970-е гг.;

- этап междисциплинарного взаимодействия социальной коммуникации с другими науками (кибернетика, информатика, этнография, психология, лингвистика, паралингвистика, социология и др.); этап формирования «киберкультуры», новой, компьютерной, технологии коммуникации, исследований виртуальных сообществ, онлайн-пространства и онлайн-идентичности, разработок по антропологии киборгов, компьютерных игр, расширяющих возможности человека – 1980–1990-е гг.;

- этап укрепления дисциплинарно-научного статуса социальной коммуникации, мощной динамики исследований по формированию социальной теории и методологии новых медиа; этап приобретения социальной коммуникацией статуса образовательной академической единицы с открытием специализаций по отдельным направлениям в различных университетах мира – 1990–2000-е гг.;

- этап стабилизационно-рационалистического развития социальной коммуникации, сопровождающийся институализацией методологии и методов изучения цифровой коммуникации, систематическими исследованиями интернет-сообщества, пользователей, технологических посредников, изучением трансформации производства, труда и занятости в контексте инновационных медиа и идей социального конструирования технологий – 2000–2010-е гг.

Заметим, что выделение этих этапов связано с концептуальным самоопределением социальной коммуникации как науки и образовательной единицы. Указанные хронологические рамки следует рассматривать как определенные тенденции в становлении и развитии социальной коммуникации, которые могут отмечаться и «перебираться» от одного этапа к другому.

Современная социальная коммуникация охватывает коммуникативные процессы в таких его основных сферах общества, как культура, политика, экономика, бизнес.

Социальная коммуникация предполагает коммуникацию между национальными и глобальными сообществами. Принятие глобальной перспективы и социальной ответственности ведет к необходимости овладения навыками межкультурной

коммуникации – общения, понимания и взаимодействия с представителями различных культур, что требует от субъектов социального процесса как знаний, опирающихся на креативный подход к современной ситуации межкультурной коммуникации, так и навыков комплексного анализа коммуникативных актов с носителями различных культур.

1.2. Концептуально-структурные модели и разновидности социальной коммуникации

В теоретико-методологических исследованиях коммуникации представлены различные структурные модели, по-разному описывающие компоненты коммуникации и связи между ними. Наибольшее влияние и популярность приобрела *линейная модель коммуникации*, сформулированная в 1948 г. американским социологом Г.Д. Лассуэллом в виде следующих вопросов: «КТО – сообщает ЧТО – по какому КАНАЛУ – КОМУ – с каким ЭФФЕКТОМ?» Данная формула надолго стала основой классического выделения предметных областей исследования коммуникации в лице коммуникатора, содержания и средства коммуникации, аудитории и эффектов воздействия. *Бихевиористский подход* Г.Д. Лассуэлла выражен в его формуле отношения к коммуникации как прямому воздействию сообщений коммуникатора на реципиента, который выступает лишь в качестве объекта, реагирующего на воспринимаемую информацию. В *социально-психологической* (интеракционистской) модели коммуникации, предложенной в 1953 г. *Т. Ньюкомбом*, субъекты коммуникации равноправны, связаны взаимными ожиданиями и установками, а также общим интересом к предмету коммуникации. Коммуникация рассматривается как реализация общего интереса с помощью передаваемых сообщений. Эффекты коммуникации заключаются в сближении или отдалении позиций коммуникатора и реципиента относительно общего предмета, что означает расширение или сужение их возможностей взаимопонимания и сотрудничества. Данная модель старается учитывать, как отношения, складывающиеся между общающимися, так и их отношения к объекту разговора, и постулирует общую тенденцию в коммуникации – стремление к симметрии. При совпадении отношений друг к другу общающиеся будут стремиться к совпадению отношения к объекту, о котором идет речь. При несовпадении отношения

друг к другу, не совпадает и отношение к объекту речи. Совпадение отношений к объекту разговора при несовпадении отношений друг к другу будет восприниматься как ненормальное. Такая модель коммуникации ставит в центр внимания достижение согласия между субъектами коммуникации, установление равновесия в системе взаимных установок и ценностей. Неслучайно, модели Г.Д. Лассуэлла и Т. Ньюкомба использовались для разработки приемов коммуникации в целях рекламы, политической пропаганды и т.п.

В *системно-кибернетической модели коммуникации* (Н. Винер, Х. фон Ферстер) акцент делается на возможности обратной связи, различение кибернетики первого и второго порядка, обращается внимание на барьеры коммуникации, препятствующие контакту между коммуникатором и реципиентом, адекватному приему, пониманию и усвоению сообщений в процессе коммуникации. Барьеры коммуникации подразделяются на технические, психофизические, психические, семантические, социальные и культурные. *Шумовая модель коммуникации* К. Шеннона – У. Уивера дополнила линейную модель Г.Д. Лассуэлла существенным элементом – помехами (шумами), затрудняющими коммуникацию. Авторы выделили технические и семантические шумы. Технические шумы связаны с помехами в передатчике и канале, а семантические шумы – с искажением передаваемых значений при восприятии содержания. При этом коммуникация концептуализировалась авторами как линейный, однонаправленный процесс. *Факторная модель коммуникации* Г. Малецки, которая является одним из многочисленных вариантов развития модели коммуникации Шеннона – Уивера, включила помимо базовых элементов еще около двух десятков факторов, составляющих контекст процесса коммуникации и активно влияющих на его субъектов. В *циркулярной* (замкнутой), сбалансированной модели коммуникации Шрамма – Осгуда (1954) было предложено рассматривать отправителя и получателя информации как равноправных партнеров, а также был сделан акцент на обратной связи, которая уравнивала связь прямую: кодирование – сообщение – декодирование – интерпретация – кодирование – сообщение – декодирование – интерпретация. *Текстовая модель коммуникации* А. Пятигорского осмысливает коммуникацию человека с собой и другими, которую он осуществляет через письменный текст. Согласно данной модели, коммуникация всегда осуществляется в определенной коммуникативной ситуации связи с другими лицами.

Такие теоретические модели коммуникации, как модель Г.Д. Лассуэлла, математическая модель коммуникации Шеннона – Уивера, социально-психологическая модель коммуникации Т. Ньюкомба, модель Дж. Гербнера, интегральная (обобщенная) модель коммуникации Б. Вестли и М. Маклина, трансакционная модель коммуникации представителя тexasской школы коммуникации А.Тэна разрабатывались в рамках *процессно-информационного подхода*.

Семиотический подход, акцентирующий внимание на знаках и знаковых системах, представлен следующими разработками: структурно-лингвистическое направление и концепция знака Ф. де Соссюра, логико-философское направление и модель знаков Ч. Пирса, логическая модель знаков Г. Фреге, а также концепции Ч. Морриса, Огдена и Ричардса. Модель *коммуникации, понимаемой как речевое событие*, предложил Р. Якобсон, предвосхитив ею модель К. Шеннона, однако в отличие от К. Шеннона, ключевую роль в коммуникации отвел не информации, а языку. С этой позиции от адресанта к адресату направляется сообщение, созданное и интерпретируемое с помощью кода, общего для всех участников коммуникации. В роли кода выступает язык как система, приводящая в соответствие чувственно данный предмету, знаку и некое подразумеваемое значение. Каждый человек является членом различных коммуникационных сообществ, а значит он – носитель различных кодов. Коммуникация, как передача сообщений всегда происходит в контексте других сообщений, что влияет на кодирование и интерпретации сообщений участниками коммуникации.

Критически осмысливая модель коммуникации Р. Якобсона, Ю.М. Лотман указывает на то, что у двух людей не может быть абсолютно одинаковых кодов, а язык следует рассматривать как код вместе с его историей. При полном соответствии того, что говорится и того, как это воспринимается потребность в коммуникации вообще исчезает (становится не о чем говорить, остается лишь передача команд). Код, как языковая игра, по Л. Витгенштейну, индивидуализирует коммуникацию, которая предстает как перевод с языка моего «я» на язык твоего «ты». Текст как память коммуникации и одновременно как ее граница выступает в качестве субстрата коммуникации. Ю.М. Лотман различает обычную коммуникацию, которая происходит в системе «я – он», и *аутокоммуникацию*, происходящую в системе «я – я». В рамках аутокоммуникации сообщение приобретает новый смысл в силу того, что меняются условия,

время и контекст сообщения (сообщение перекодируется). Передача сообщения самому себе вызывает перестройку структур собственной личности, поскольку каждый текст несет сообщение и самому себе.

Возможность коммуникации с точки зрения структурализма основана на какой-либо *системе знаков*, т.е. на определенном языке, в качестве которого может рассматриваться любая система социальных отношений, любой их вид – множество операций, обеспечивающих возможность общения между индивидами или группами, по К. Леви-Строссу. Каждая система коммуникации и все они в совокупности имеют свою задачу конструирования той или иной социальной реальности. При этом ценности посредством символов, социальных ритуалов и способности донести смысл скрепляют общество воедино. В рамках *семиологии* Р. Барта, коммуникация трактуется через понятие *мифа* как коммуникативной системы. Мифы, как и метафоры, расширяют и обогащают функции социальной коммуникации, позволяя надстраивать коммуникативные миры иных порядков над семиотической системой первого порядка¹.

В книге «Понимание средств коммуникации» («Understanding Media») М. Маклуэн акцентирует внимание на *средстве коммуникации*, которое понимает как *сообщение*. Так, роман является содержанием кинофильма, речь – содержанием романа и т.д. Средства коммуникации предстают внешним продолжением сознания человека и его органов в целом. В таком качестве он рассматривает *одежду*, *жилища* и др., показывая, как эти «продолжения человека вовне» отражаются в языке и регулируют общение: одежда и жилище как средства коммуникации упорядочивают жизнь человеческих общностей; город также является средством коммуникации, которое продолжает вовне коллективное сознание и тело, регулируя отношения с окружающей средой (жилищем без стен как более обширным местом обитания человека). В качестве внешних продолжений человека, выступающих средствами коммуникации, М. Маклуэн рассматривает, по существу, все артефакты. Основываясь на своей модели коммуникации, М. Маклуэн показывает, как *средства коммуникации создают и воспроизводят социальные отношения*.

В современных исследованиях коммуникации все чаще применяются *системные модели коммуникации*, включающие

¹Назарчук, А.В. Теория коммуникации в современной философии / А.В. Назарчук. М., 2009.

структурные, деятельностные и информационные модели коммуникации в широкий социокультурный контекст, подчеркивая активность реципиента и социальную обусловленность как содержания, так и формы коммуникации. Это говорит о том, что исследования в области социальной коммуникации подходят к необходимости формирования фундаментальной теоретической модели социальной коммуникации на основе богатых по своему содержанию частных теоретических схем и моделей, накопленных в философско-методологическом дискурсе и отражающих многогранные аспекты социальной коммуникации.

1.3. Специфика коммуникации в экономике и бизнесе: поиск критериев рациональности

Тема коммуникации пронизывает разнообразные сферы человеческого бытия, специфицируясь в социально-философских, ценностно-антропологических, научно-познавательных, политико-правовых и экономических дискурсах. Наряду с этим выстраиваются гносеологические и методологические модели рациональной коммуникации, опирающиеся на такие критерии познавательных целей и их достижения, как эмпирическая адекватность, целерациональность, эффективность и продуктивность интеллектуальной и практической коммуникации, общепринятость норм и правил поведения, ясность и согласие относительно понятий и суждений. Разрешение конфликта между различными типами коммуникации, преодоление ранжирования их на «низшие» и «высшие» возможно, если исходить из принципа методологической дополнительности Н. Бора, позволяющего рассматривать различные подходы в ракурсе смысловой сопряженности и связи человеческого знания в раскрытии закономерностей природы и общества, эффективности социальных действий и институтов, субъективности свободы и творчества. Принцип дополнительности важен и для понимания специфики рациональной коммуникации, требуя сочетания норм логической семантики, знания смыслов и значений, рациональных правил, описаний и объяснений, взятых в контексте культурно-исторической статике с одной стороны, и учета динамики коммуникативных практик и процессов, вплетенных в конкретно-исторические условия и реальный коммуникативный процесс, – с другой стороны.

Выяснение специфики коммуникации, принятие рациональных и нравственно-ориентированных решений особенно необходимо в условиях современного рискогенного общества. Рационализм в европейской традиции как жизнеспособный и полнокровный образ мысли придал характерную окраску не какому-то отдельно взятому, а всем без исключения социальным, экономическим, политическим направлениям, невзирая на их содержательные различия. Почти все ныне существующие *бизнесмены и политики заняли рационалистическую и приближающуюся к ней позицию*, идя к этому образу мыслей собственным путем (по убеждению, или в силу веры в то, что рационализм неотвратим, или вовсе принимая его без рассуждений). При этом общий характер и настрой рационалиста заключается в том, что он всегда утверждает *независимость и необходимость разума в любых возможных обстоятельствах, утверждение свободы мысли*, отказывающийся преклоняться перед авторитетом и делающий исключение только для авторитета разума. По своему образу мыслей рационалист является одновременно и скептиком, и оптимистом: скептиком – потому что во всем разнообразии мнений, обычаев, верований не находится ничего, что избежало бы его критики, ничего, способного уйти от суда разума; оптимистом он является потому, что никогда не сомневается в способности собственного разума определять истинную ценность вещей, справедливость мнений или ущербность действий.

При всех издержках рационализма, который критиковался в своих мировоззренческих и методологических установках как образцово-идеальная модель организации общества, основных социальных практик, человеческого поведения и общения, достижения истинного объективного знания, эта методологическая установка остается непреходящим ориентиром современной науки, культуры, экономики, политики, коммуникации, включая в свое исследовательское поле проблемы принятия решений, выявления специфики политической и экономической коммуникации, обоснования новых геополитических сценариев и т.д. в условиях политических, экономических, экологических и других типов рисков, вступая при этом в диалог с альтернативными подходами. Это касается и коммуникативных практик.

Важно иметь в виду, что процесс любой коммуникации предполагает своего рода «перекодировку вербальной в невербальную и невербальной в вербальные сферы» (Г. Почепцов),

что означает: посредством слов, обмена значениями выражений некоторого языка вызываются необходимые действия. Причем, как правило, *субъект, передающий сообщение обладает некоторой властью над субъектами, принимающими это сообщение*, а в рамках коммуникативного пространства работают соответствующие правила коммуникации. Исходя из этого, коммуникация считается *рациональной*, если она подчинена определенным критериям, разумность которых признается и принимается субъектами коммуникации; если участники коммуникации признают разумными конкретные приемы и процессы обмена смыслами, влекущими за собой определенные действия; если она позволяет достичь целей на основе общих ценностей – рационального принятия управленческих решений, взаимопонимания и консенсуса в переговорном процессе, в случае разрешения различного рода конфликтов и др.

Поиск критериев рациональности, которые бы работали на более широком коммуникативном пространстве и в меньшей степени подвергались критической рефлексии и сомнению, приводит нас к осмыслению концепции *формальной рациональности* М. Вебера. В качестве критерия рациональной коммуникации выступает здесь успешное действие, т.е. *действие, достигающее цели или способствующее ее достижению*. Действия, не достигающие своей цели, определяются как нерациональные или иррациональные, т.е. уводящие от цели действия.

В реальных антропологических, экономических и социально-политических практиках критерии формальной рациональности дотраиваются другими подходами, расширяющими пространство успешного целерационального действия, когда приходится на ходу корректировать соответствующие цели и механизмы достижения их, использовать не только логически четко выстроенные аргументы, но и противоположные им приемы и манипуляции. Несмотря на специфику коммуникативного пространства (политическое, научное, экономическое пространство), существует общий предметно-смысловой континуум, общий язык, общее правило, позволяющие осуществлять коммуникативный процесс, приспособив свой опыт и свой язык к опыту другого, чтобы не произошла блокировка общей коммуникационной системы из-за нашего неумения/нежелания принять ее правила игры. *Чтобы не придти к пределу доверия, надо быть предельно внимательным и рациональным*. Ведь даже в технических устройствах достаточно трех неверных попыток для блокирования системы.

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ. Социальная коммуникация в поиске ценностей компромисса, консенсуса и рационального выбора 3

ТЕМА 1. Социальная коммуникация как наука: динамика, предмет, междисциплинарный и образовательный статус. 7

1.1. Становление, этапы развития и проблемное поле социальной коммуникации 7

1.2. Концептуально-структурные модели и разновидности социальной коммуникации 15

1.3. Специфика коммуникации в экономике и бизнесе: поиск критериев рациональности 19

1.4. Система политической коммуникации: специфика, типы, уровни 25

1.5. Коммуникативный характер современной науки 29

Вопросы для самопроверки 33

ТЕМА 2. Феномен социальной коммуникации и синергетическая модель общества в разрешении противоречий и конфликтов . . 34

2.1. Основные исследовательские программы изучения общества в социокommunikативном измерении 34

2.2. Общество как сложноорганизованная саморазвивающаяся система. Типы социальных структур 43

2.3. Социальные противоречия, конфликты, революции и реформы: преодоление общественного насилия и коммуникативных барьеров 52

Вопросы для самопроверки 57

ТЕМА 3. Социальная коммуникация в контексте философии истории и цивилизационной динамики 58

3.1. Философия истории: проблемное поле, классические и неклассические версии 58

3.2. Линейная и нелинейная, формационная и цивилизационная парадигмы философии истории. Идея направленности и прогресса человеческой истории. 65

3.3. Современные цивилизации и противоречия техногенной цивилизации. Локальные цивилизации и проблемы сохранения культурно-цивилизационной идентичности. 73

3.4. Восточнославянская цивилизация: социальная коммуникация между Востоком и Западом 77

Вопросы для самопроверки 81

ТЕМА 4. Политика, власть, государство, право и социально-коммуникативные практики в современном обществе 82

4.1. Политика и политические отношения как формы социо-коммуникации 82
4.2. Власть в условиях социальной коммуникации 90
4.3. Право, политика, идеология, государство в социокоммуникативном взаимодействии 95
Вопросы для самопроверки 103

ТЕМА 5. Социальная коммуникация и ценностные приоритеты в культуре глобализирующегося мира 104

5.1. Понятие культуры в социокоммуникативном контексте 104
5.2. Традиции и новации в динамике культуры. Глобализация социального пространства и судьбы национальной культуры 107
5.3. Духовная культура, мораль, религия, наука, экономика, бизнес: коммуникативные точки взаимодействия и роста 114
5.4. Сетевая культура, виртуальная реальность и интернет-зависимость: этические регулятивы 126
Вопросы для самопроверки 134

ТЕМА 6. Социальная коммуникация и современные исследования человека 135

6.1. Образы человека в социокультурном пространстве 135
6.2. Гуманистическая парадигма изучения человека в контексте трансдисциплинарно-синергетической методологии и биоэтики 139
6.3. Коммуникативная личность, биомедицинские исследования и безопасность генно-инженерной деятельности 165
6.4. Нанонаука, наноэтика и этическая экспертиза нанотехнологий в изучении человека 181
6.5. Этика, экономика и культура здоровья в пространстве междисциплинарной коммуникации 187
Вопросы для самопроверки 197

ТЕМА 7. Противоречивое бытие человека в современной цивилизации. Поиск гармонии 198

7.1. От абсурда к идеалам веры, надежды, любви, милосердия и совести 198
7.2. От наказания к покаянию 210
7.3. Трехединая модель человека: тело, душа, дух. Парадоксы жизни, смерти и бессмертия человека 216
Вопросы для самопроверки 222

ТЕМА 8. Глобализация в контексте современной социальной коммуникации: политические, экономические и социокультурные измерения	222
8.1. Системная целостность глобальных проблем современности и футурологические прогнозы.	222
8.2. Глобализация и информационные технологии в формировании нового миропорядка	225
8.3. Мировой экономический кризис как кризис духовных ценностей.	231
8.4. Геополитические сценарии и практики в контексте коммуникативной ответственности	235
8.5. Евразийская интеграция как путь к согласию, толерантности и межнациональному диалогу	242
<i>Вопросы для самопроверки</i>	251
ТЕМА 9. Коммуникативные стратегии и либеральные модели управления в современном обществе: ценностный поворот	252
9.1. Свободный рынок и государственное регулирование: механизмы взаимодействия	252
9.2. Роль коммуникативной рациональности и нравственных ценностей в трансформации моделей управления и принятия решений	257
9.3. Методологические повороты в методологии социальной коммуникации	265
<i>Вопросы для самопроверки</i>	275
ЗАКЛЮЧЕНИЕ. Современная социальная коммуникация: мост в будущее	276
ГЛОССАРИЙ	279

- Яскевич, Я.С.**
Я81 Философские проблемы социальной коммуникации : учебное пособие / Я. С. Яскевич. – Минск : Вышэйшая школа, 2017. – 286 с.
ISBN 978-985-06-2892-3.

В учебном пособии рассматриваются вопросы сущности, статуса и функций социальной коммуникации, ее генезиса и исторической эволюции. Раскрывается специфика социальной коммуникации в экономике, политике, бизнесе, культуре. Особое внимание уделяется проблемам социальной коммуникации при исследовании человека, привлечении биомедицинских и генетических технологий. Выявляются ценностные повороты социальной коммуникации в науке, управлении, принятии решений, оценке глобальных процессов и геополитических сценариев.

Студентам, магистрантам, аспирантам и преподавателям учреждений высшего образования, всем интересующимся проблемами социальной коммуникации.

УДК 1:316.7(075.8)
ББК 88.53я73

Учебное издание

Яскевич Ядвига Станиславовна

**ФИЛОСОФСКИЕ ПРОБЛЕМЫ
СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ**

Учебное пособие

Редактор *Т.С. Житкевич*
Художественный редактор *В.А. Ярошевич*
Технический редактор *Н.А. Лебедевич*
Корректор *О.И. Голденкова*
Компьютерная верстка *Н.В. Шабуня*

Подписано в печать 10.11.2017. Формат 84×108/32. Бумага офсетная. Гарнитура
«Times New Roman». Офсетная печать. Усл. печ. л. 15,12. Уч.-изд. л. 17,27.
Тираж 400 экз. Заказ 2863.

Республиканское унитарное предприятие «Издательство “Вышэйшая школа”».
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 1/3 от 08.07.2013.
Пр. Победителей, 11, 220004, Минск. e-mail: market@vshph.com <http://vshph.com>
Республиканское унитарное предприятие «Издательство “Белорусский Дом печати”».
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 2/102 от 01.04.2014.
Пр. Независимости, 79, 220013, Минск.