

## СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ СМЫСЛ КОММУНИКАЦИИ

Коммуникация обратила на себя внимание философов сравнительно недавно в связи с кризисом классического рационализма, заложенного еще в античной философии и непрерывно развиваемого в европейской культуре вплоть до периода немецкой классической философии. Конец классической философии, обозначившийся в первой половине XIX в., отразил нарастающее сомнение философов в самодостаточности того, что они делали до сих пор. Теперь было мало открыть истину. Сама по себе даже очень важная, но доступная лишь пониманию специалистов, она больше никого не интересовала. Никто отныне и не стыдился своего равнодушия перед лицом высоких истин, своей глухоты к их требовательному зову. Цена чистых истин резко понизилась, их было слишком много. Любой обыватель, несмотря на свое куцее образование, легко парировал посягательство современных мудрецов на его рассеянное внимание фразой Гамлета:

Есть много, друг Горацій, такого,  
Что и не снилось мудрецам.

А кроме того, все подобные открытия и тайны обладали одним очень серьезным с точки зрения современника недостатком — они были далеки от жизни, от интересов большинства, занятого практическими делами, а не теоретическими измышлениями. Философы не могли не заметить этого нового контекста существования философии, не могли не откликнуться на призыв быть ближе к простому человеку.

М. Маклюэн неспроста считал рекламу «самым новаторским и образовательным искусством XX века»<sup>1</sup>. Реклама в определенном смысле блестяще воплощает современный идеал познавательной деятельности человека, ибо она исходит прежде всего из знания, потребностей, интересов, мышления и воображения массового потребителя, его склонностей, маленьких и больших слабостей, его предпочтений и ценностных ориентаций. Реклама демонстрирует бесконечную преданность идее

---

\* *Мирошников Юрий Иванович* — заведующий кафедрой философии Президиума УрО РАН, доктор философских наук.

<sup>1</sup> См.: *Каграманов Ю.* Возвращенный рай Маршала Маклюэна // *Иностр. лит.* 1972. № 1. С.236.

коммуникативной связи между людьми. Она совершенно искренне озабочена тем, чтобы как можно глубже проникнуть во внутренний мир человека и как можно непосредственнее эмоционально зажечь его собственными интересами, которые ему самому некогда как следует изучить и по достоинству оценить. Реклама начинает будоражить умы людей всех профессий, всех видов деятельности, она теперь выражает стиль нашей эпохи. «Наша эпоха, — уверенно утверждает Д. Карнеги, — эпоха броских эффектов. Просто констатировать истину уже недостаточно. Истину надо сделать живой, интересной, драматичной. Вам надо научиться пользоваться доходчивой рекламой. Так поступают в кино. Так поступают на радио. И вам придется так поступать, если вы хотите привлечь к себе внимание»<sup>1</sup>.

Чтобы уметь драматизировать свои идеи, подавать их эффектно, нужно прежде всего задуматься над механизмом их распространения, восприятия и усвоения в обществе. К этой же задаче приводит и традиционная гносеологическая проблема процесса человеческого познания, если иметь в виду не индивидуальный познавательный акт, а продвижение всего общества по пути исследования окружающей действительности.

Старая теория познания в своих выводах опиралась на положения общей (индивидуальной) психологии, новая — все чаще прибегает к открытиям психологии народов, психологии масс. Отсюда — перенос философского акцента с рождения идеи в голове какого-то индивида на то, как эта идея становится достоянием всего социума. Характерное признание мы находим у Р. Барта: «Меня интересуют не столько отдельные идеи или мотивы, сколько то, как общество завладевает ими, превращая их в материал для создания тех или иных знаковых систем»<sup>2</sup>. Конечно, такая переформулировка гносеологического вопроса не является заслугой одной какой-нибудь выдающейся личности, к которой наверняка можно отнести и М. Маклюэна, и Д. Карнеги, и Р. Барта. Здесь действует целый ряд объективных факторов: развитие капиталистической экономики, массовое машинное производство, рождающее массо-

---

<sup>1</sup> Карнеги Д. Как завоевать друзей и оказывать внимание на людей. Как выработать уверенность в себе и влиять на людей, выступая публично. Как перестать беспокоиться и начать жить. Москва; Рязань, 1989. С.204.

<sup>2</sup> Барт Р. Литература сегодня // Избр. работы. Семиотика. Поэтика. М., 1994. С.233.

вое потребление, формирование современных средств сообщения и связи, урбанизация, возникновение системы светского образования, демократизация форм политической жизни. Все это — социальная основа, которая делает бесперспективными идеи монологического сознания, превращающие познаваемую действительность в идеи кучки аристократов духа<sup>1</sup>. В 1989 г. журнал «Вопросы философии» организовал «круглый стол» на тему: «Диалог и коммуникация — философские проблемы». Он и обозначил собой прорыв философской общественности в новую область исследования — в сферу социокультурной коммуникации и ее различных закономерностей. Участвовавший в совещании Б.А. Парахонский сказал в своем выступлении, что «культура — это своего рода коммуникативно-эпистемологическая система, в которой с самого начала предполагается наличие разных сознаний. Культурная среда состоит из множества факторов, обеспечивающих взаимодействие людей, к числу которых принадлежат и системы коммуникативных отношений, каналов коммуникаций, располагающихся на разных уровнях и ориентирующих сознание в самых различных направлениях»<sup>2</sup>. Итоги деятельности любого субъекта (любой социальной группы, любого индивида) фактически resultируют усилия всего общества, к которому субъект оказывается привязан прочными коммуникативными связями. «Мы живем в мире коммуникаций. Наше сознание по своей организации имеет изначально коммуникативный характер, а не сводится к структурам деятельности как своей основе»<sup>3</sup>.

Предваряя дальнейшее изложение, мы укажем на то, что природу коммуникации невозможно удовлетворительно объяснить, не ограничивая ее социальными и культурными рамками, не представив ее одновременно как феномен социума и культуры. В силу этого мы исходим из социокультурной природы коммуникации. При самом беглом взгляде коммуникация оказывается всепоглощающей бездной, где легко умещаются разговоры попутчиков по

---

<sup>1</sup> Так, напр., Д. Дидро писал: «Для истины — достаточный триумф, когда ее принимают немногие, но достойные: быть угодной всем не ее удел». См.: *Дидро Д.* Избр. атеист. произведения. М., 1956. С.56.

<sup>2</sup> *Парахонский Б.А.* Коммуникация и культурная среда: Диалог и коммуникация — философские проблемы: (Материалы «круглого стола») // *Вопр. философии.* 1989. № 7. С.24.

<sup>3</sup> Там же.

вагону и сам поезд, и даже вся железная дорога, связывающая города и страны; радиопередача, которую слушают туристы у ночного костра по транзисторному приемнику, и радиошифровка, содержащая важные сведения о продвижении неприятельских войск; сами военные действия, так как они подразумевают использование военных коммуникаций или поскольку они способствуют продвижению образцов культуры от одной воюющей стороны к другой; школьный урок и система Internet; церковная исповедь и футбольный матч национальных сборных; процедура остракизма в античных Афинах и современные выборы президента страны; расклеенные на заборах написанные от руки объявления о пропаже собаки и полет на космическом корабле многоразового использования; записка, спрятанная в бутылку и брошенная в океан, и сказка, которую бабушка рассказывает внуку, сидящему у нее на коленях. Все это и многое другое относят к миру коммуникации.

Более того, возникает искушение считать коммуникационной и связь и совместное поведение животных. Так, например, в «Лингвистическом энциклопедическом словаре» говорится о коммуникации в мире животных как аспекте совместного, направленного на адаптацию, поведения<sup>1</sup>. Разница между человеческой коммуникацией и коммуникацией в животном царстве авторами этого словаря видится лишь в средстве общения — в наличии или отсутствии языка, который таким образом не считается основополагающим элементом, он меняет лишь характер коммуникации, но сам процесс имеет место независимо от того, осуществляется ли он с помощью языка или без него. Несущественным здесь становится и вопрос о том, кто вступает в коммуникативную связь: могут действовать люди, но можно вместо них представить и животных, и кибернетические машины. Сущность коммуникации в таком случае видится в опосредованной сигналами (информацией) связи двух или более объектов, «поведение» (жизнедеятельность, функционирование) которых на основе этой связи оказывается до определенной степени взаимозависимым («согласованным»). Мы не считаем возможным принять такую широкую трактовку коммуникации. Чисто формально уступку этой же позиции делает А.А. Брудный в работе 1998 г., когда он дает определение коммуникации и пишет, что «это направленная связь, т.е. связь, которая выражается в передаче сигналов. ... Коммуникация имеет место всюду в управляемых

---

<sup>1</sup> Лингвистический энциклопедический словарь. М. (Сов. энцикл.), 1990.

системах, например, в человеческом организме, в обществе»<sup>1</sup>. Перечислив через запятую области, где, на взгляд этого автора, совершается коммуникация, он тем самым ставит знак равенства между материальным актом функционирующего тела и коммуникацией как социокультурным явлением, которое всегда оказывается духовным событием для людей в нем участвующих. Сам А.А. Брудный в той же работе пишет ниже приведенного определения, что коммуникационный аспект культуры обязательно включает понимание смысла<sup>2</sup>. Получается, что лермонтовская строка «и звезда с звездой говорит» может быть воспринята в качестве эффективного примера коммуникационного процесса, достаточно лишь слово «говорит» брать не в буквальном, а в расширительном смысле, например так: «посылают друг другу сигналы» или «испускают навстречу друг другу вместе с веществом и энергией определенную информацию» и т.д. Такого рода пассажи встречаются в научно-популярной литературе, стремящейся увлечь читателя тайнами далеких и загадочных космических тел. Мы отвергаем физикалистское понимание коммуникации за игнорирование противоположности между материальными и идеальными процессами, играющими решающую роль для философского исследования.

Однако нельзя не считаться и с пришедшей к нам в страну интеллектуальной модой на структуралистское и герменевтическое понимание коммуникации, которое также делает его не имеющим строго определенных границ. Но этого, неприемлемого с нашей точки зрения, толкования структуралисты и герменевтики достигают не потому, что не придают значения духовным аспектам коммуникации, а в силу безмерного расширения пределов культуры, области произведений, сферы, подвластной творческой воле субъекта. Такой подход можно назвать креационистским. При этом вся Вселенная видится как произведение, как знаковая реальность, как собрание текстов. Борхесовская метафора мира-библиотек сделалась крылатой и облетела философскую общественность Нового и Старого света. «Произведение — это застывшая и чреватая форма начала бытия, — пишет В.С. Библер. — Но в ключе актуального создания произведений возникает (решающая для XX в.) форма понимания бытия, космоса, вещей, «как если бы...» они были произведением. Так складывается он-

---

<sup>1</sup> Брудный А.А. Психологическая герменевтика: Учеб. пособие. М., 1998. С.88.

<sup>2</sup> Там же. С.236.

тология и философская логика культуры»<sup>1</sup>. На наш взгляд, принципиально важно постоянно иметь в виду условность («как если бы...») отождествления бытия с производением. Похоже, ее учитывают и сами структуралисты. Так, У. Эко говорит о закравшемся в нем подозрении, что мир под знаком коммуникации («sub specie communications») — это, однако, не все целое, а только часть, надстройка над чем-то, что не может быть сведено к коммуникации. Хотя «эта хрупкая надстройка, — заключает известный лингвист, семиотик и писатель, — так сильно влияет на все наше поведение, что полагание ее способом нашего бытия-в-обстоятельствах вещь весьма существенная»<sup>2</sup>.

Вообще, если говорить о роли различных гуманитарных теорий, то следует отметить, что лингвистика и семиотика многое дают для изучения феномена коммуникации. Лингвистика коммуникация интересует прежде всего как текст, его онтологические признаки, единицы и свойства<sup>3</sup>. Авторы на материале различных текстов пытаются проследить, как функционируют отдельные содержательные и формальные категории текста — информативность, интеграция, ретроспекция и др. Лингвистика текста пересекается с исследованиями стилистики языка. Стилистический аспект коммуникации связан с вербальными средствами коммуникации, которые варьируются в зависимости от сферы общения и его видов, порождая различные функциональные стили<sup>4</sup>. Понятие коммуникации прочно связывается с миром социокультурных явлений в контексте таких дисциплин, как социальная психология и теория массовой коммуникации. Социальная психология исследует и индивидуальную коммуникационную деятельность человека, и массовую коммуникацию. Индивидуальная коммуникационная деятельность попадает в поле внимания социальной психологии как один из элементов общения (наряду с взаимодействием и восприятием других людей). Здесь рассматриваются сферы общения и его виды, средства общения, способы и методы психологического воздействия в процессе общения, барьеры общения и понимания. Все эти вопросы не могут

---

<sup>1</sup> Библер В.С. От наукоучения — к логике культуры. М., 1991. С.291

<sup>2</sup> Эко У. Отсутствующая структура: Введение в семиологию. СПб., 1998. С.416.

<sup>3</sup> См., напр.: Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. М., 19981.

<sup>4</sup> См., напр.: Кожина М.Н. Стилистика русского языка. М., 1977.

не затрагивать различных аспектов коммуникации. Массовая коммуникация представлена в социальной психологии как социальный феномен, генетически связанный с массовым сознанием. В рамках анализа массового сознания изучаются формы внеколлективных общностей (толпа, публика), типы массового поведения и их психологические закономерности (паника, мода, реклама и т.д.). Тем не менее в социальной психологии коммуникация в целом не исследуется как особое социокультурное явление, отсутствует и общий философский контекст, в котором было бы уместно поставить вопросы о причинах движения культурных сообщений, их образовательном значении, ценностных основаниях коммуникации и т.д.

Нельзя не признать, что развитие понятия коммуникации оказалось весьма далеко продвинутым в связи с ростом публикаций и в нашей стране, и за ее рубежами по теории массовой коммуникации. В теории массовой коммуникации понятие «коммуникация» обросло целым рядом новых коннотаций, на которых мы остановимся ниже. Мы сразу отметим, что авторы, исследующие проблемы массовой коммуникации, как правило, не ощущают необходимости изучения общих закономерностей коммуникации как таковой, ее природы, структуры, закономерностей функционирования. Они озабочены непосредственно проблемами деятельности отдельных видов массовой коммуникации — прессы, радио, кино, телевидения. Таким образом, кому-то еще предстоит задача обобщения и синтеза различных аспектов коммуникации, в той или иной степени представленных в лингвистике, в социальной психологии, в теории массовой коммуникации, в социологии. Социология названа последней по списку, но не последней по смыслу. Само собой разумеется, что невозможно говорить о субъектах коммуникационного процесса и его уровнях, об институциональных особенностях коммуникации и ее историческом развитии как феномене культуры и т.д., не ставя его в контекст социологического дискурса. Назвав некоторые важные гуманитарные дисциплины, которые послужат нам источником конкретного материала, мы приступим к непосредственному анализу коммуникации.

Если обобщить различные примеры коммуникации, то прежде всего обнаружится, что коммуникация — это вид социальной связи, где обязательно присутствует отправитель сообщения, само сообщение, способ, каким оно отправлено, получатель сообщения и, наконец, возникшая на него реакция. В общем, мы легко придем к классической схеме, которую создал в 1946 г. Г. Лассуэлл: «Кто, что сказал, через

посредство какого канала (средства) коммуникации, кому, с каким результатом»<sup>1</sup>. Эта формула справедлива и для массовой, и для межличностной коммуникации. Разница между ними состоит в том, что в межличностном типе коммуникации участвуют единицы, имеющие равные возможности для участия в этом процессе, тогда как в массовой коммуникации функции сторон оказываются принципиально противоположными: одна сравнительно малочисленная сторона производит и отправляет послание, а другая, представляющая собой миллионную аудиторию, — воспринимает его<sup>2</sup>. В межличностной коммуникации люди соединены персонально адресованным сообщением; в массовой коммуникации оно становится достоянием огромной массы людей, рассеянных на большом географическом пространстве. Последнее становится возможным за счет того, что массовая коммуникация работает на определенную зону и ее сообщение может воспринять любой, кто в этой зоне в определенный момент будет находиться. Такой эффект невозможен без опоры на определенные технические средства. Личностная форма коммуникационной деятельности чаще всего обходится без них<sup>3</sup>. Хотя можно заметить, что, с одной стороны, технические средства могут вторгаться в межличностную коммуникационную деятельность, например, разговор по телефону. С другой — вузовская лекция подпадает под тип массовой коммуникации, хотя при ее проведении профессор может не пользоваться какими-либо техническими средствами.

Важным моментом массовой коммуникации является ее однонаправленность. Поэтому мы не имеем права отождествлять коммуникацию с общением, ибо только межличностная коммуникационная деятельность близка тому объему, который мы мыслим в понятии общения. Общение и коммуникация имеют генетическую связь. В феномене общения современные исследо-

---

<sup>1</sup> См., напр.: Психо-лингвистические проблемы массовой коммуникации / Под ред. А.А. Леонтьева. М., 1974. С.11; *Борев В.Ю., Коваленко А.В.* Культура и массовая коммуникация. М., 1986. С.34; *Дьякова Е.Г., Трахтенберг А.Д.* Массовая коммуникация и проблемы конструирования реальности: Анализ основных теоретических подходов. Екатеринбург, 1999. С.8–9.

<sup>2</sup> См., напр.: *Дьякова Е.Г., Трахтенберг А.Д.* Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности. С.9.

<sup>3</sup> См., напр.: *Брудный А.А.* Психологическая герменевтика. С.87, 89.



ватели видят процесс взаимодействия людей, вступающих в него в качестве субъектов<sup>1</sup>. Общение понимается как процесс превращения состояния каждого партнера в их общее достояние<sup>2</sup>. Сущность общения они видят в индивидуально-личностном содержании<sup>3</sup>. Коммуникация — неперенный элемент любого акта общения. Под коммуникацией авторы обычно имеют в виду обмен мнениями, настроениями, желаниями<sup>4</sup>. Коммуникация — редуцированное общение, его абстракция, информационная часть. Общение богаче, многосторонне, сложнее коммуникативного элемента. Коммуникативный процесс, оторванный от других элементов общения, взятый сам по себе, не имеет внутреннего смысла, он не способен объяснить суть человеческих поступков, а значит, и характер человеческой культуры в конце концов, взятый лишь в аспекте ее коммуникационных связей, тоже будет не прояснен.

Общение и коммуникация — это явления, лежащие в двух плоскостях — личностного и социального взаимодействия. Наряду с формами личностного общения, как мы уже сказали, в современную эпоху давно сложились разновидности группового общения и особых технических средств, предназначенных для хранения и распространения информации. Влияние массовой коммуникации на современный образ жизни, на характер образования, на все виды сознания, на культуру в целом носит глобальный характер. Эта роль массовой коммуникации, в XIX–XX вв. связанная с массовой коммуникацией современного человека, породила на Западе большой поток литературы: философской, социологической, социально-психологической, культурологической и т.д. Обширный массив работ, созданный западноевропейскими исследователями, пока недостаточно глубоко и зачастую тенденциозно освещался российским обществоведением. Однако, несмотря на ярко выраженную идеологиче-

---

<sup>1</sup> См., напр.: *Ломов Б.Ф.* Проблема общения в психологии // Проблема общения в психологии. М., 1981. С.8.

<sup>2</sup> См., напр.: *Каган М.С.* Мир общения: Проблема межсубъектных отношений. М., 1988. С.150.

<sup>3</sup> См., напр.: *Кон И.С.* Этико-психологический очерк. 2-е изд., перераб. и доп. М., 1987. С.6; *Будева Л.П.* Человек: Деятельность и общение. М., 1978. С.116.

<sup>4</sup> См., напр.: *Крижанская Ю.С., Третьяков В.П.* Грамматика общения. Л., 1990. С.79.

скую заданность большинства публикаций в недавнем прошлом, отечественным авторам тоже удалось, на наш взгляд, далеко продвинуться в обозначенной нами теме.

Отмечая массированность воздействия массовой коммуникации на современную культуру, мы, однако, не соглашаемся с теми, кто, как А. Моль, утверждают, что «то, что не попало в каналы массовой коммуникации, в наше время почти не оказывает влияния на развитие общества»<sup>1</sup>. Мы не присоединяемся к позиции известного страбургского руководителя исследований массовой коммуникации в силу вторичного, производного характера массовых коммуникативных процессов, их сущностной зависимости в конечном итоге от непосредственного общения людей, которое прямо выражает бытийную экзистенциальную сторону существования человека, его социальную природу. Не в односторонних коммуникативных процессах осуществляет себя человек прежде всего, а в целостном общении. Первое не способно заменить второе. Как бы пышно ни расцветали социальные формы коммуникации, они не могут удовлетворить потребность в полноценном общении. Непосредственное общение первично, а массовые формы коммуникации вторичны.

Общение — это процесс со-бытия людей, в котором они пребывают в качестве сопричастных друг другу субъектов и где психологические и духовные качества каждого входят в общую структуру их жизненной ситуации. Общение людей включает в себя процессы коммуникации, взаимодействия и взаимного познания. Коммуникация как передача информации от человека к человеку оказывается необходимым и важнейшим элементом общения. Однако целостный акт общения — явление, несомненно, более богатое, многостороннее и сложное, чем коммуникативный компонент. Смысловая тяжесть понятий «общение» и «коммуникация» имеет тенденцию развиваться в разных плоскостях. «Общение» тяготеет к сфере личностного, экзистенциального начала, а «коммуникация» — к сфере социально-онтологического, технико-орудийного. Энергия движения социокультурной информации поступает из тектонических недр непосредственных отношений Я и Ты. Только благодаря этому неиссякаемому источнику «песенка — лесенка в сердце другого» (В. Хлебников). Мы полагаем, что фундаментальность, первичность личностного общения для понимания сущности любых форм и типов коммуникативных средств носит принципиальный

---

<sup>1</sup> Моль А. Социодинамика культуры. М., 1973. С.120.

характер. Средства массовой коммуникации (СМК) как особый тип коммуникативных систем при всей важности их роли в современной культуре выполняют служебную роль и наполняются различным содержанием.

В целом же коммуникация, в состав которой мы обязательно должны включить массовую коммуникацию, не может быть отождествлена с общением, ибо массовую коммуникацию по определению нельзя представлять себе как процесс равноправного, взаимного и одновременного обмена посланиями. Поэтому мы не согласны с Б.М. Фирсовым, который находит отождествление общения с коммуникацией некой сложившейся традицией<sup>1</sup>. Представляется странной практика отождествления коммуникации с общением в то время, когда «средства массовой информации заливают нас потоками стимуляции»<sup>2</sup>, ставят перед собой задачу манипулирования нами. Тогда как суть общения — «приобщение субъекта к субъекту, организация их единых, совместных действий или обретение их духовной общности», предполагающие, что «каждый партнер должен открываться другому в своей подлинной природе, намерениях, возможностях, целях, устремлениях, идеалах, чтобы другой, зная все это, мог согласовать свои действия с действиями партнера»<sup>3</sup>. Общение удовлетворяет потребность духовного единения людей, которое не сводится к обмену идеями. Межличностная коммуникация — один из аспектов, одна из сторон общения. Высшие проявления духовного единства — дружба, любовь — развиваются только между теми, кто знает друг друга непосредственно, через знание личности, а не знание о личности.

Возвратимся к атрибутивному свойству массовой коммуникации — ее однонаправленности, с тем чтобы вывести из него еще одно следствие. Названная особенность массовой коммуникации — не роковой недостаток, превращающий ее в глухаря, самозабвенно токующего на лесной поляне весеннего леса. Чтобы понять это, нужно учесть, что в условиях современного общества массовая коммуникация — один из многих социальных институтов, действующий наряду с другими и участвующий в общем разделении труда. Массовая коммуникация осуществляет ретинальную связь

---

<sup>1</sup> *Фирсов Б.М.* Пути развития средств массовой коммуникации: Социологические наблюдения. М., 1977. С.16.

<sup>2</sup> *Франкл В.* Человек в поисках смысла. М., 1990. С.39.

<sup>3</sup> *Каган М.С.* Мир общения. С.161.

авторов посланий с массовой аудиторией. Обратную же связь со слушателями, зрителями, читателями берут на себя особые службы исследования общественного мнения. Институциональный характер массовой коммуникации очевиден. Он основан на определенных технических достижениях, помноженных на экономику, общественное устройство, политический режим данного государства. Последние факторы не только оказывают влияние на институт массовой коммуникации, но и сами испытывают его обратное воздействие. Многие пионеры теории массовой коммуникации видели в этом типе коммуникации решающий фактор общественного развития. Имея в виду работы Г. Тарда, С. Московичи писал: «Коммуникация — это в высшей степени социальный процесс. Измените ее форму, ее средства, она тут же изменит природу групп и форму власти, этому нас учит и история»<sup>1</sup>. Каждому типу коммуникации, говорил Г. Тард, соответствует некоторый тип социального общества: традиционной коммуникации «из уст в уста» — толпа; современной коммуникации, берущей свое начало с газеты, — публика<sup>2</sup>. Как теоретик М. Маклюэн интересен тем, что он развил метафизику истории, ключевым моментом которой выступают, с его точки зрения, средства коммуникации. Причем средства коммуникации М. Маклюэн трактует широко, подверстывая под это понятие все технические новшества, характерные для данной эпохи и способствующие увеличению мощи естественных органов человека. При такой посылке выглядит логичным его утверждение: неважно что сообщается, важно как. М. Маклюэн писал, что «Гитлера привело к власти... радио. “Племенной барабан” радио собрал под фашистские знамена “тевтонское племя”. Если бы в его время распространилось телевидение, — говорит Маклюэн, — фюрер не смог бы удержаться у власти — на телеэкране он был бы смешон...»<sup>3</sup>. Связь средств массовой коммуникации с развитием «технико-культурных элементов» активно проводит сегодня в своих исследованиях французский ученый Де Флер<sup>4</sup>. О том, что массовая коммуникация представляет собой весьма внушительный по своему влиянию со-

---

<sup>1</sup> *Московичи С.* Век толп. М., 1988. С.226.

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> *Каграманов Ю.* Возвращенный рай Маршала Маклюэна // *Иностр. лит.* 1972. № 1. С.235.

<sup>4</sup> Цит. по: *Фирсов Б.М.* Пути развития средств массовой коммуникации: (Социологические наблюдения). С.55–57.

циальный институт, мы сказали, но можем ли мы распространить это положение на коммуникацию в целом? Обладает ли институциональным характером межличностная коммуникация? Думается, что на этот вопрос можно дать вполне положительный ответ, так как не только массовая коммуникация, но и межличностная форма коммуникации несет в себе черты социально организованной деятельности. Жизнь человека в семье и браке, учеба школьников и студентов по индивидуальным планам, экзамены как вид учебного процесса, индивидуальная работа режиссера с актером, церковная исповедь, деятельность адвоката, врача, закройщика по индивидуальному пошиву одежды или обуви, разговор руководителя с подчиненным в часы приема по личным вопросам, консультации ученого, юриста и т.д. — все это такие формы жизни и виды деятельности, которые за длительный исторический срок своего существования успели обособиться, приобрести специфические нормы и санкции, образы соответствующими учреждениями, помогающими их осуществлению, контролирующими их и т.д. Правда, институциональность массовой коммуникации представлена выпуклее, весомее во многом за счет технической основы, особенно быстро развившейся в прошлом XX в. В отличие от этого институциональность межличностной коммуникации обладает более деликатными, тонкими, интимными нравственными регулятивами, регламентирующими взаимоотношения индивидов. Тем не менее и межличностная, и массовая коммуникация — это институциональные формы деятельности, глубоко укорененные в жизни социума.

Коснемся теперь немаловажного вопроса об идеальном и материальном элементах коммуникации. «Вдохновение» и «рукопись» — вот две стороны коммуникации, два обязательных ее элемента. Без любого из них коммуникация не существует. Современная жизнь пронизана техницизмом. Особенно интенсивно техника вторгается в структуру массовой коммуникации, навязывая соответствующую форму понимания коммуникации как информационного процесса, что в конечном итоге не просто «ограничивает содержание коммуникации машинными возможностями, условиями функционирования технических систем», — как пишут авторы «Лингвистического энциклопедического словаря»<sup>1</sup>. Понимание коммуникации как информационного потока превращает ее в технологическое явление, на которое она несомненно опирается, включает в свою структуру, но к чему она ни в коем случае не

---

<sup>1</sup> Лингвистический энциклопедический словарь. С.233.

сводится, ибо коммуникация — это феномен культуры, содержательная сторона которого относится не к миру вещей, а к миру идей. Между тем в «Философском словаре» (1987 г.) читаем: «массовая коммуникация — процесс распространения информации (знаний, духовных ценностей, моральных и правовых норм и т.п.) с помощью технических средств (печать, радио, кинематограф, телевидение) на численно большие, рассредоточенные аудитории»<sup>1</sup>. Это определение в начале 70-х гг. было создано Б.М. Фирсовым, получило признание со стороны других авторов и вошло в справочную литературу, где благополучно дожило до конца 80-х<sup>2</sup>. Нетрудно заметить, что в этом определении ставится знак равенства между информацией и знанием, а между тем информация — это не само знание, а его опредмеченная форма, в которой оно может фиксироваться, храниться, накапливаться, передаваться и воспроизводиться благодаря различным техническим средствам. «Научная информация, — пишет Н.П. Ващекин, — не тождественна знанию, это не все научное знание, а только та его часть, которая задокументирована, обработана, специально отобрана для хранения, передачи и использования»<sup>3</sup>. Знание (образ, идея, понятие) отличается от информации не столько тем, что информация — это часть знания, «специально обработанная», как выражается Н.П. Ващекин, для хранения и передачи, сколько тем, что он называет «документированием и обработкой», т.е. операциями, превращающими идеальную реальность в элемент знаковой структуры. отождествление знания с информацией (и информации с коммуникацией) неправомерно игнорирует рубеж, отделяющий идею от вещи, целостный культурный феномен от технологической его стороны.

Безусловно, частным моментом проблемы соотношения материального и идеального в коммуникации будет вопрос о том, как называть средства, которые используются массовой коммуникацией: «средства массовой коммуникации» (СМК) или «средства массовой информации» (СМИ)? Некоторые авторы демонстрируют полное безразличие к используемой в литературе терминологии.

---

<sup>1</sup> Философский словарь / Под ред. И.Т. Фролова. 5-е изд. М., 1987. С.264.

<sup>2</sup> Фирсов Б.М. Пути развития средств массовой коммуникации. С.18.

<sup>3</sup> Ващекин Н.П. Научно-информационная деятельность. М., 1984. С.46.; см. также: Уханов В.А. Информационная деятельность человека. Хабаровск, 1996. С.30.

Эта разница между СМИ и СМК, видимо, имеет для них чисто стилистическое значение<sup>1</sup>. Мы считаем верным то название, где фигурирует слово «коммуникация», а не «информация» в силу уже выдвинутых нами аргументов. В пользу аббревиатуры СМК высказывались Ю.П. Буданцев, И.С. Кон, И.А. Федякин. Обосновывая правомерность СМК, И.А. Федякин пишет: «Информация как содержание не может называться массовой, массовым может быть лишь распространение информации, информирование»<sup>2</sup>.

С понятием информации сегодня успешно конкурирует понятие текста. Замена термина «информация» вошедшим недавно в философскую моду словом «текст» не способна отменить противоположность между материальной и идеальной сторонами коммуникации. Текст (рукопись, книга, библиотека) — это объективированная форма духовной деятельности, опредмеченная человеческая психология. Нельзя поставить знак равенства между текстом и знанием (духовными ценностями, моральными и правовыми нормами и т.п.). Текст — это знаковая система, как зеркало, отсылающее читателя (слушателя, зрителя) к его собственному духовному миру и духовному миру того, кто этот текст создал. Если представить себе мир, как его воспринимали М.В. Ломоносов или Х.Л. Борхес, т.е. отождествлять его с книгой, то нужно предполагать, что это великое произведение создано Богом, а адресовано оно способности нашего сознания к дешифровке этого текста. Использование слова «текст» как основного понятия, характеризующего содержание коммуникационного процесса, звучит не столь откровенно техникстски (физикалистски), как в случае использования понятия информации, но вместе с тем в нем скрыта та же тенденция снять вопрос о субъектах коммуникации, о ее духовном содержании, о границах этого процесса, короче говоря, о социокультурной природе коммуникации. В романе М. Павича один из героев демонстрирует свою способность пообщаться с обыкновенной комнатной молью. Но чем же заканчивается эта экстравагантная по-

---

<sup>1</sup> Как взаимозаменяемые выражения — «средства массовой информации» и «средства массовой коммуникации» — использованы в кн.: *Брудный А.А.* Психологическая герменевтика. С.89; *Дьякова Е.Г., Трахтенберг А.Д.* Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности. С.63.

<sup>2</sup> *Федякин И.А.* Общественное сознание и массовая коммуникация в буржуазном обществе. М., 1988. С.4.

пытка? Тем, что насекомое просто убивают. Далее следует диалог: «Так можно и свече доказать, что ты существуешь, загасив ее двумя пальцами, — заметил я. — Разумеется, если свеча в состоянии умереть...»<sup>1</sup>. То есть эффективность коммуникации между человеком и природой (живой природой) равна гибели последней. Животное хорошо понимает смысл направленного в его сторону ружья. Все остальное ему угадать с той же степенью глубины не дано. Да и сам человек, осваивающий коммуникационные навыки с пеленок, испытывает подчас непреодолимые трудности в понимании себе подобных, в распределении языка культуры, языка ее отдельных видов: религии, философии, науки, искусства. Более того, «большая часть культуры не артикулируема языком науки или искусства, поскольку полиморфный язык культуры далеко не полностью переводим на эти языки, которые и сами являются одними из ее языков, и потому всякое самописание цивилизации —неадекватно»<sup>2</sup>.

Сфера знаков — это сфера культуры. Коммуникация не может состояться вне культурного пространства, ее главная цель не создание знаков, а рождение смыслов научного и художественного творчества, реализация образовательных программ, обеспечение условий духовной жизни людей и т.д. Культура в этом плане складывается из множества разнородных коммуникационных потоков, несущих бескрайнее множество смыслов. Какие виды потоков можно считать главными? Слухи о смене правительства, процесс модной коммуникации, переносимый потребителям знаки атрибутивных ценностей моды, телевизионные мыльные оперы, новости? Американские СМК ориентируются на новости как основной тип посланий. Признавая как должное этот краеугольный камень заокеанской жизни, Е.Г. Дьякова и А.Д. Трахтенберг называют новости «главным вкладом массовой коммуникации в копилку культурных форм и практик»<sup>3</sup>. Во всяком случае, как свидетельствуют эти авторы, в американских исследованиях массовой коммуникации «новости выступают в качестве основного объекта исследования»<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> Павич М. Хазарский словарь: Роман — лексикон. Мужская версия. СПб., 1994. С.144.

<sup>2</sup> Харитонов В.В. Возможность произведения: к поэтике философского текста. Екатеринбург, 1996. С.135–136.

<sup>3</sup> Дьякова Е.Г., Трахтенберг А.Д. Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности. С.10.

<sup>4</sup> Там же. С.13.



Различные СМК распространяют конечно не только новости, мыльные оперы и рекламу. Художественные фильмы, романы, научные монографии, публицистика, концерты классической и легкой музыки, учебные программы и шоу — все это относится к культурным сообщениям, предназначенным для восприятия массовыми слушателями, зрителями, читателями. Архитектура является чем-то большим, чем «машина для жилья» (Ле Карбюзье). «Мысль о том, что архитектура является одной из форм массовой коммуникации, распространена, — как утверждает У. Эко, — достаточно широко»<sup>1</sup>. Одежда и пища — носители различных знаковых систем<sup>2</sup>. В сущности экстралингвистических «языков» столько же, «сколько разных форм культуры, которые общество наделяет значением»<sup>3</sup>.

Задаваясь вопросом о структуре коммуникативных явлений в самом общем пока плане, мы не забываем, что его могли уже не только ставить, но и каким-то образом решать другие авторы. Так, некоторые представители «социокультурно ориентированного постмодернизма» (Ж. Бодрийяр, З. Бауман) критически осмысливают идею творческой элиты как «питомника культуры», подчеркивают, что «подлинным субъектом культурного процесса является масса», и объявляют, что «споры по поводу любой ценностной иерархии есть сущий анахронизм»<sup>4</sup>. И в отечественной литературе уже нашла себе место эта точка зрения, согласно которой говорить сегодня о некоей определенной структуре культуры, выяснить первичность и вторичность ее элементов, коммуникативных потоков, текстов, ценностей несовременно. Так, например, заведующая лабораторией технических средств обучения и медиаобразования Института общего среднего образования РАО Л.С. Зазнобина, осуждая недавнюю литературоцентричность отечественных СМК, и в частности литературоцентричность телепрограмм, пишет, что долгое время всю мировую культуру представляли «в виде жестко упорядоченной системы»<sup>5</sup>. Нынешняя культура, — продолжает автор, — как

---

<sup>1</sup> Эко У. Отсутствующая структура. С.236.

<sup>2</sup> Барт Р. Основы семиологии // Структурализм: «за» и «против». М., 1975. С.233.

<sup>3</sup> Там же.

<sup>4</sup> Трубина Е.Г. «Модерность» и «постмодерность» в преподавании философии и культурологии / Под ред. В.В. Камова. Екатеринбург, 1996. С.39.

<sup>5</sup> Зазнобина Л.С. Медиаобразование в школе: как же выжить в мире СМИ // Человек. 1999. № 1. С.107.

еще на рубеже 70-х гг. отметил А. Моль в ставшей классической «Социодинамике культуры», — это, скорее, плохо упорядоченная <...> мозаика, где в принципе невозможно объективно отличать «более главное» от «менее главного»<sup>1</sup>. Однако следует отметить, что позиция, которую мы сейчас изложили, не является единственной. Мы не можем признать ее и безупречной. Прежде всего не стоит представлять себе постмодернизм каким-то единым идейным лагерем. Так, Р. Барт и У. Эко, как известно, — не последние фигуры этого философского направления — отнюдь не полагают, что культура — аморфная совокупность произведений. Они отдают явное предпочтение литературе. Как утверждает Р. Барт, литература является наиболее сложной и интересной знаковой системой. Литературу он характеризует как «напряженное сознание, которое и опирается на слова, и стеснено ими, которое через них имеет неограниченную и вместе с тем несбыточную власть над миром»<sup>2</sup>. Европейская культура не только вчера, но и сегодня живет во времена филологии<sup>3</sup>. Литература всегда была и будет стержнем культуры (и основой коммуникации) не только на Западе, но и на Востоке. Такую точку зрения, звучащую вполне убедительно, мы находим и в истории, и в современности<sup>4</sup>.

Сегодня новейшие формы массовой коммуникации активно вытесняют межличностную коммуникацию из сферы публичной жизни. Отсюда кажется естественным вывод о том, что современная культура определяется работой СМК. Повторяя на свой лад мысль А. Моля, Л.С. Зазнобина пишет, что «телом» современной культуры являются в

---

<sup>1</sup> Зазнобина Л.С. Медиаобразование в школе. С.107.

<sup>2</sup> Барт Р. Литература сегодня // Избр. работы: Семиотика. Поэтика. М., 1994. С.243.

<sup>3</sup> Эко У. Отсутствующая структура. С.223.

<sup>4</sup> См., напр.: Алексеев В.М. В старом Китае: Дневники путешествия 1907 г. М., 1958. С.174, 187, 301; О литературности эпохи Возрождения см.: Баткин Л.М. Итальянские гуманисты: стиль жизни и стиль мышления. М., 1978. С.150; Брудный А.А. Психологическая герменевтика. С.11, 21; Самой глубокой культурой на сегодняшний момент, на взгляд известного кинорежиссера А.Н. Сокурова, является литература, см.: Одинокий голос человека (Интервью с А.Н. Сокуровым) // Огонек. 1989. № 31. С.17; Литература — питательная среда кинематографа и телевидения, без которых они не могут существовать, см.: Ромм М.И. Избр. произв.: В 3 т. Т.1. М., 1980. С.373; Кузнецов Г.В. ТВ-журналист. М., 1980. С.50.

основном «средства массовой информации (СМИ), в том числе во все большей мере электронные»<sup>1</sup>. Но межличностная коммуникация, непосредственное общение людей — это форма жизнедеятельности, которая не нуждается в публичности. Она существует как подводная часть коммуникационного айсберга, забыть о которой можно лишь значительно обедняя духовную жизнь человека, принимая морские глубины его психики за мелководье. Силовые линии смыслового поля культуры, его ландшафт формируются благодаря не только продуктам СМК, но и интимным духовным процессам, протекающим без софитов, без микрофонов и объективов, без галстуков, вдали от публичных форумов: в купе вагона, в кулуарах научной конференции, на теннисном корте, на кухне, под одним зонтиком в теплый летний дождь.

В отечественной литературе вклад межличностной коммуникации в общую копилку культурных смыслов в последнее время исследовался по преимуществу на информационном уровне. Так, например, В.А. Уханов делит информационную деятельность человека на три типа: массовую (МИД), специализированную, т.е. профессионально-ориентированную (СИД), и личностную (ЛИД). «Отличительная особенность ЛИД заключается в том, — развивает свою мысль В.А. Уханов, — что она направлена на производство, хранение, передачу и потребление специфического вида социальной информации, основу которой составляют сведения, имеющие значение или только для самой личности, или для узкого круга лиц, связанных неформальными близкими отношениями (дружба, любовь и т.д.)»<sup>2</sup>. В.А. Уханов далее отмечает интимность производимой и циркулирующей здесь информации, узкие границы ее использования. «Исключение составляет ситуация, когда личностная информация касается лица высокого социального статуса, изменения в частной жизни которого могут привести к возникновению эффекта “социального эха”, что в целом для личностной информации нехарактерно»<sup>3</sup>. Вообще же, как отмечает этот автор, «личностная информационная деятельность еще не заняла своей специальной гносеологической ниши, и пока нельзя назвать науку, специально исследующую именно этот тип информационной деятельности»<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> Зазнобина Л.С. Медиаобразование в школе: как же выжить в мире. С.107.

<sup>2</sup> Уханов В.А. Информационная деятельность человека. С.90.

<sup>3</sup> Там же. С.91.

<sup>4</sup> Там же. С.93.

Не ставя перед собой задачи полностью устранить обнаруженный В.А. Ухановым недостаток в литературе, мы выскажем некоторые соображения относительно межличностной коммуникации. Совершенно очевидно, что она предшествует массовой, и если обратиться к заре человеческой истории, то первобытный человек мыслил исключительно лишь категориями межличностных связей. На это обратил внимание М. Бубер. В работе «Я и Ты» он приводит интересное наблюдение: «Мы говорим “очень далеко”; зулус же вместо этого произнесет слово-предложение, которое означает следующее: “Там, где кто-то кричит: “Мама, я заблудился”»<sup>1</sup>. В древности знания формировались на основе личностного жизненного опыта, благодаря традиционной опоре на обычаи предков. Мифологическое сознание, народная мудрость по своему содержанию — это отражение ближайшего природного, социального, семейно-бытового окружения, способное закрепляться и передаваться устно. Появление письменности долгое время не разрушает традиций межличностной коммуникации. Еще в средневековье чтение рукописной книги способствовало общению людей, ибо грамотных людей было немного и читали они вслух (и часто наизусть). Так, житие Авраамия Смоленского сообщает, что «блаженный был весьма искусен в чтении, и божией благодатью он не только читал книги, но и толковал их, так что многие несведущие люди все сказанное им понимали и слушали»<sup>2</sup>.

Тем не менее постепенно обозначилась общая историческая тенденция, состоящая в том, что категории личных отношений все больше уступают место объективированным, непосредственные связи — опосредованным, межличностная коммуникация — массовой. Однако общение, словесная живая деятельность людей не сходят на нет и не теряют своего исходного фундаментального значения. Массовая коммуникация не только в историческом, но и в актуальном плане остается во многом в зависимости от межличностной коммуникации. Во-первых, следует сказать, что жизнь людей в контексте их живых связей, их непосредственных отношений выступает объектом изображения, воспроизведения в материалах массовой коммуникации. Во-вторых, жанровые структуры устных выступлений, прежде чем они утверждаются в специализированных формах деятельности профессиональной журналистики,

---

<sup>1</sup> Бубер М. Два образа веры. М., 1995. С.25.

<sup>2</sup> Древнерусские предания. М., 1982. С.100. Сравни: Климович Л.И. Книга о Коране, его происхождении и мифологии. М., 1986. С.69.

рождаются в практике обыденного человеческого общения. В издании очередного бестселлера многомиллионным тиражом участвуют сотни людей, ряд социальных институтов, их деятельность удовлетворяет потребность бесчисленной аудитории. Печатная книга, имеющая даже скромный тираж, — типичный продукт массовой коммуникации, обладающий многими преимуществами перед авторским текстом. Однако без исходной рукописи, созданной в тиши кабинета по воле писателя, вся дорогостоящая издательская машина окажется на холостом ходу. Рождение рукописи — это эпоха межличностной коммуникации, где вплоть до авторских чтений господствует тайна индивидуального творчества.

Наконец, в-третьих, продукты массовой коммуникации, распространяющиеся сегодня с помощью хитроумной электрической и электронной техники, воспринимаются каждым отдельным человеком по законам, испытывающим серьезное влияние со стороны свойств межличностной коммуникации. Массовая коммуникация не прямо воздействует на индивида: любое культурное послание опосредуется семантическим пространством межличностной коммуникации. Понять фильм отдельному зрителю помогают его приятели, сидящие в кинозале: «Статистика касс, да и личный опыт наблюдения каждого читателя, — как подтверждает А.А. Брудный, — показывают, что в кино чаще ходят вдвоем, втроем, в юности — целой компанией»<sup>1</sup>. Личностное знание, возникающее в процессе межличностной коммуникации, — это те плотные слои атмосферы, в которых всякое культурное сообщение вынуждено пройти огненное крещение, прежде чем оно достигнет сферы чувств и мыслей слушателя, читателя и зрителя. Отечественная педагогика с начала 70-х гг. стала осознавать необходимость изучения личностного бытия знания. Было понятно, что педагогу важно знать, что происходит с обучаемым, который «впускает» в себя знание, как развиваются «местные» коммуникационные процессы, связывающие учащегося с учебным коллективом. Педагоги приходили к мысли, что успех образовательного процесса (обучение в единстве с воспитанием) зависит от учета серьезных различий между «чистым, обезличенным знанием, знанием для всех и личностным, преподаваемым здесь и сейчас конкретному лицу»<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Брудный А.А. Психологическая герменевтика. С.212–213.

<sup>2</sup> Проф. Вайтман С. «Не только ... но и ...» // ЛГ. 1973. № 52. С.11; см. также: Мирошников Ю.И. Как стать философом? // Комс. правда. 1976. 19 нояб.; Он же. Учитель — универсал? // ЛГ. 1983. № 24. С.14; Анд-

Конечно, межличностная коммуникация, различные ее формы и особенности не остаются исторически неизменными. Так, И.С. Кон в известном этико-психологическом очерке представил дружбу в культурно-историческом плане — «как менялись ее образцы и образы в истории человечества»<sup>1</sup>. Г. Тард задумывался над процессом исторического изменения разговора как основной клеточкой межличностной коммуникации. М.М. Бахтин проследил становление и эволюцию таких словесных жанров античности и средневековья, как «диатриба», «солилоквиум», «симпосион». «Так же, как существует естественная история техники и труда, существует естественная история коммуникаций». Так вместе с Г. Тардом утверждает С. Московичи<sup>2</sup>. История коммуникации пока не написана. И если она когда-то будет создана, то важное место в ней займет межличностная коммуникация.

Массовая и межличностная коммуникации нераздельны, и смысловое поле культуры существует благодаря их единству. Переплетения коммуникаций, связывающих субъектов различных форм культурной деятельности, образуют определенный семантический ландшафт. Он включает в себя идеальные продукты различных видов культур. Имея в виду художественную культуру и порождаемые ею специфические формы субъективной реальности (художественное сознание), Л.А. Закс пишет, что «художественное сознание открывается своему носителю — субъекту изнутри (в этом смысле непосредственно, прямо)... как его особое внутреннее нематериальное (сверхчувственное) измерение, или пространство»<sup>3</sup>. Далее Л.А. Закс, на наш взгляд, удачно характеризует качества художественного пространства, которые могут быть распространены на смысловое пространство культуры вообще. «Лишенное ограничений физического пространства (трехмерность) и времени (необратимость), “квазипредметное” (М.К. Мамардашвили) и смыслоносное, всегда актуальное и непрерывное, бесконечное (безграничное) и свободное, пространство это как бы проецирует в себя внешний чувственно-сверхчувственный мир»<sup>4</sup>. Кроме того, и

---

*рюхина Л.М.* Культура и стиль: педагогические тональности. Ч.1–3. Екатеринбург, 1993.

<sup>1</sup> *Кон И.С.* Дружба. С.11.

<sup>2</sup> *Московичи С.* Век толп. С.226.

<sup>3</sup> *Закс Л.А.* Художественное сознание. Свердловск, 1990. С.16.

<sup>4</sup> Там же.

это подчеркивает цитируемый нами автор, особенность художественного пространства такова, что в нем обязательно есть место для воплощения в нем самого субъекта, «обнаруживаемая именно как неустранимая органическая, внутренняя (субъективная) причастность последнего этому пространству»<sup>1</sup>. Смысловое поле культуры насыщается энергией ее субъектов, творцов культуры, несущих в себе уникальный мир субъективной реальности, видящих окружающую действительность со своей, свойственной только данному индивиду позиции. Эти тона и оттенки смыслов способны концентрироваться, сгущаться, оформляться в бинарные оппозиции, сталкиваться между собой, бесконечно усиливая напряжение культуры, ее потенциал, ее коммуникативные ресурсы.

Следует здесь пояснить смысл понятия «напряжение». «Напряжение» прежде всего термин естественных наук. Например, механическое напряжение в словаре определяется как «мера внутренних сил, возникающих при деформации материала»<sup>2</sup>. В электрическом поле напряжение между двумя точками «совпадает с разностью потенциалов между ними»<sup>3</sup>. Однако сегодня все чаще это понятие фигурирует в гуманитарных и общественных науках. Так, в работе В.А. Колеватова «Социальная память и познание» читаем: «Человек живет в мире информации, в своеобразном информационном поле, напряженность которого непрерывно возрастает»<sup>4</sup>. Первые попытки переноса понятия «напряжения» (иногда вместе с понятием «поле») в область психологии принадлежат А.Ф. Лазурскому и К. Левину. Так, К. Левин создал представление о личности как «системе напряжений»<sup>5</sup>. Современная психология механизмом психического напряжения пытается объяснить такие явления, как стресс и невротические состояния<sup>6</sup>. Р. Барт переводит понятие напряжения в общекультурную плоскость, когда литературу определяет как «напряженное сознание», занятое поисками промежуточных состояний между вещами и словами<sup>7</sup>. В этом же ключе следует

---

<sup>1</sup> *Закс Л.А.* Художественное сознание. С.17.

<sup>2</sup> *Физический энциклопедический словарь / Гл. ред. А.М. Прохоров. М. (Больш. Рос. энцикл.), 1995. С.445.*

<sup>3</sup> Там же. С.865.

<sup>4</sup> *Колеватов В.А.* Социальная память и познание. М., 1984. С.11.

<sup>5</sup> *Введение в психологию / Под ред. А.В. Петровского. М., 1985. С.54.*

<sup>6</sup> Там же. С.248.

<sup>7</sup> *Барт Р.* Литература сегодня // Избр. работы: Семиотика. Поэтика. С.243.

понимать К. Ясперса, настойчиво проводящего мысль о том, что «осевое время» — это время, с которого возникшее духовное напряжение начинает оказывать воздействие на людей, «придавая их деятельности новую неопределенность и новое значение»<sup>1</sup>.

Напряжение культуры создается связью, взаимодействием ее элементов, утверждает Э. Неизвестный. Искусство призвано выражать напряженность культуры как важный аспект ее динамики. «Прекрасно то, что выразительно, — пишет Э. Неизвестный. — Мертвое не непряжено, но лишено возможности развития. Напряжена жизнь, преодолевающая в своем движении препятствия в себе самой»<sup>2</sup>. Он же обращает внимание на то, что «в греческой философии существовал термин “тонус” (натянутость, напряженность), которым философы, например Гераклит или стоики, характеризовали все бытие в целом»<sup>3</sup>. Напряжение смыслового пространства культуры создается ее оппозициями хаоса и порядка, земли и неба, тела и души, дионисийского и аполлоновского начал и т.д. Разве не такого же рода оппозицией оперирует А.С. Пушкин, подчеркивая столкновения земного и небесного, когда он, обращаясь к «толпе» (то есть к «бесмысленному народу»), говорит:

Ты червь земли, не сын небес;  
Тебе бы пользы все — на вес  
Кумир ты ценишь Бельведерский,  
Ты пользы, пользы в нем не зришь.  
Но мрамор сей ведь бог! ... так что же?  
Печной горшок тебе дороже:  
Ты пищу в нем себе варишь.

Итак, светозарный Аполлон и печной горшок — вот символы, обозначающие две крайние точки культуры, ее полюса напряжения, между которыми зреет гигантская разница духовных потенциалов. Вот относительно каких пунктов становится видимым огромное смысловое поле культуры<sup>4</sup>, ее потенциальные энергетиче-

---

<sup>1</sup> Ясперс К. Смысл и назначение истории. М., 1991. С.37.

<sup>2</sup> Кентавр: Эрнст Неизвестный об искусстве, литературе и философии // Сост. А. Леонг. М., 1992. С.127.

<sup>3</sup> Там же. С.65.

<sup>4</sup> На преодоление всего пространства вертикальной оси культуры претендует молитва. См. об этом: Парахонский Б.А. Диалог и коммуникации — философские проблемы: (Материалы «круглого стола»). С.26.



ские возможности, способные привести в коммуникативное движение бесчисленное множество культурных сообщений.

Итак, коммуникация является социокультурным явлением. Такой вывод мы можем сделать потому, что она, как мы показали, обладает целым рядом свойств, характерных для этой области действительности. Коммуникация — это особый вид деятельности людей и определенный тип социальной связи. Их сущность коренится в создании, передаче и восприятии сообщений (посланий) на основе человеческой способности к информационной деятельности, т.е. либо естественного языка, либо особых технических средств (механических, электрических, электронных). Человек осуществляет коммуникацию двух типов. Она может развиваться как непосредственное общение — межличностная коммуникация, а может носить более усложненный характер. В последнем случае послания получает рассеянная аудитория с помощью особых технических средств. Это массовая коммуникация. И тот и другой тип коммуникации тесно связан с культурой благодаря своему смысловому содержанию. Потоки межличностной и массовой коммуникации переплетаются и взаимодействуют, создавая информационное и смысловое поле, всегда напряженное, богатое потенциальной энергией, способной обеспечить связь различных субъектов культуры.