

### **Человек в коммуникативных практиках**

Тема коммуникации является одной из модных сегодня и рассматривается во многих контекстах, и проблемных, и дисциплинарных. Сложившиеся схемы исследования акцентируют, так или иначе, значение средств коммуникации, воспроизводя с разной степенью детализации лассуэловскую модель. Их квинтэссенцией являются афоризмы М.Маклюэна «средство есть сообщение» и противоположное по форме утверждение М.Кастельса «сообщение есть средство». При таком подходе в центре внимания – технологическая сторона коммуникации, что принципиально противопоставляет коммуникативные процессы процессам общения как непосредственного, личного, диалогического (полилогического) взаимодействия.

Другие концепции требуют культуроцентричного рассмотрения коммуникации, когда создание, кодирование, трансляция информации и сообщений изучаются во взаимосвязи с символическим, культурным контекстом как обусловленные им (с учетом дифференцированности и структурированности, множественности символических пространств (многокультурности)). Хотя опираются эти концепции на традиции структурной лингвистики, семиотики, субъекты коммуникативного взаимодействия в любом случае описываются терминами «адресант/источник – адресат/аудитория», сколько бы оговорок о значимости обратной связи, постоянном возобновлении актов коммуникативного обмена при этом ни делалось.

Попробую предложить модель коммуникативного процесса, в которой основное внимание будет обращено на субъекта коммуникации, те структурные соединения (используя выражения Н.Лумана) и символические порядки, которые, с одной стороны, являются условиями коммуникации, а с другой – не могут существовать иначе, как постоянно возобновляясь в коммуникативном процессе. Эта модель ставит важные вопросы о том, можно ли рассматривать коммуникативные системы как существующие вне и независимо от человека, какими способами и какими своими гранями человек вовлечен в коммуникативный процесс, следовательно, каким он себя проявляет в коммуникации, автокоммуникации...

Адекватной категорией, описывающей способ включения человека в коммуникации на сегодняшнем этапе их развития, является категория «практики». Трудно найти в литературе адекватное определение этого понятия. Даже П.Бурдьё, в работе «Практический смысл», фактически целиком посвященной социальным практикам, не дает явного их определения. Можно принять, что практики – это сложившиеся общепринятые формы деятельности, отражающие совокупный опыт индивидов и групп, являющихся субъектами этой деятельности. Поэтому в зависимости от субъекта практик они могут быть индивидуальными и коллективными, в разной степени институализированными (от привычек-габитусов и обычных-правовых норм до законных и формализованных, бюрократических, практик). Обращение к понятию практики означает, по крайней мере, как намерение, попытку выйти за рамки противопоставления системно-институционального и повседневно-бытийного анализа. Практики рассматриваются не как нечто дополнительное к социальным структурам и институтам, а являются способом ре-интерпретировать (ре-конструировать) институциональный и структурный анализ на мезо- и микросоциальном уровне, показать связь социальных норм с системами ценностей и смыслов, воспроизводимых в каждом социальном действии.

Коммуникация будет нами рассматриваться как процесс создания идентичности символическими средствами. Это содержание коммуникативного процесса наглядно проявляется

в массовых коммуникациях, достаточно явно нацеленных на идеологическую мобилизацию и формирование потребительских мотиваций с помощью категоризации, приписывания, сравнения индивидов и групп. Однако и в межличностном диалоге и автокоммуникации можно увидеть, что их конечной интенцией является определение и обоснование субъектом своего образа, статуса. При этом идентичность рассматривается как не просто маркировка (labelling) индивидом своей принадлежности к определенным социокультурным сообществам, но и как придание через это смысла своим действиям (их рационализация, в том числе объяснение, ценностное оправдание, аффективная окраска).

Собственно, поэтому в коммуникативном процессе выделяются два аспекта: воспроизводство нормативного кода (связывающего системы знаков и структуры социальной солидарности) и аргументация, рассказ, демонстрация (порождение текстов в широком смысле слова, устанавливающих соответствие смыслов и образа целостности).

Человек выступает как носитель социальных норм, правил, ценностей, мифов, обычаев, традиций, которые создают общее символическое пространство смыслов как условие коммуникации. Они образуются как результат интеграции определенных социальных порядков, сначала основанных на привычках поведения, а затем все более внутренне жестких и замкнутых, в том числе с помощью государственного устройства и границ, экономических регуляторов национального рынка и внешней торговли, официального языка и культуры, нормативов образования, принятых форм повседневного поведения. Одновременно регламентируются и каналы общения с внешним миром и устанавливаются способы вхождения в складывающиеся системы отношений.

Формирование и воспроизводство символических (и символизирующих) социальное поведение структур понимается как условие и одновременно продукт коммуникации. С другой стороны, «культура осуществляет коммуникацию; сама по себе сложная взаимосвязь культурных событий передает информацию тем, кто в этих событиях участвует», — формулирует это положение Эдмунд Лич<sup>1</sup>.

В социологии как теории общества современного, или западного, типа эти два аспекта раскрываются через понятия солидарности и рационализации. При полезности типологий этих феноменов, данных соответственно Э.Дюркгеймом и М.Вебером, следует заметить, что намеченная ими линия эволюции типов солидарности и социального действия не очевидна. Так ли органична солидарность в обществе западного типа? Особенно если учитывать коннотации понятия «органичность» как природность, целостность в противоположность «механистичности» как искусственности, разложимости на составные части, как они существуют в русском языке и мыслительной традиции. Следует ли рациональное в веберовском понимании действие считать наиболее предпочтительным с точки зрения социокультурных процессов типом, при выраженном внимании в той же традиции не столько даже к духовности, сколько к душевности и даже сердечности — касается ли это отношений между людьми или отношений человека с Богом?

Встает вопрос: где в приведенном выше определении коммуникации пресловутые средства коммуникации, которым придается столь большое значение? Следует признать за ними роль «физики и химии» коммуникативных процессов, т.е. статус процессов подсистем низшего уровня? На определенном качественном уровне развития некоторая ранее новая технология становится необходимой и как бы безальтернативной, поскольку система «уже настроена на нее». Однако вопреки мифологии «технологического детерминизма» я считаю, что любые материальные, в смысле вещные, компоненты социокультурных систем являются знаками уже сложившихся смыслов: алфавит отражает определенный уровень обезличивания и де-антропоморфизации окружающего социального, природного мира (и мира духов); книгопечатание — это неотъемлемая часть развития мануфактуры и публичности, распространившейся на все воспроизводственные процессы культуры, что вело к анонимности культурных смыслов<sup>2</sup> и воплощению идеала руководства (как развитие логики «мануфактуры»), понимаемой уже как рациональная управляемость социальной жизни; электрические, как их назвал М.Маклюэн, технологии означали в перспективе возможность создания не управляемых сетей коммуникации и не рациональных наборов символов, форм в искусстве и даже систем знаний.

Современный этап развития социальной организации и экономики многие исследователи характеризуют как становление информационного общества с такими структурными чертами, как генерирование знаний и обработка информации с помощью информационных технологий, опирающихся на микроэлектронику. Распространение той или иной «техники» превращает ее в часть как бы пред-заданного человеку внешнего мира, воспринимающегося естественным. Однако границы этой «как бы естественности» хорошо видны на примере анализа невербальной коммуникации М. Моссом в его «Техниках тела». Приглядевшись к культурным вариациям вроде бы спонтанных и природных реакций и поведенческих форм, мы обнаруживаем сначала их культурную вариативность, а затем и конкретные социальные модели, порождающие именно такие формы общения, взаимодействия – и стоящий за ними тип идентичности, который таким образом конструируется.

Типология коммуникативных систем, следовательно, должна иметь основанием не различия в средствах коммуникации. Важно, какая идентичность данной коммуникативной системой воспроизводится или какими «структурными соединениями» человек включен в коммуникацию и с чем он при этом себя идентифицирует (даже не всегда говоря «Я – это ...», как предлагают современные тесты, он может описывать себя и «в третьем лице», и совсем отстраненно как носителя определенной социальной функции)<sup>3</sup>. С учетом обозначенных выше двух аспектов коммуникативного процесса будем рассматривать два параметра: тип организации субъекта коммуникации (на какой уровень взаимодействий распространяются транслируемые социальные нормы) и характер создаваемой коммуникацией целостности (т.е. то, что является конечным предметом символизации).

В первом аспекте можно говорить о коммуникации индивидов, групп и сообществ и, наконец, публичной и массовой коммуникации.

Во втором аспекте, казалось бы, можно аналогично выделить такие варианты создаваемых целостностей, как коммуникация личностей (конструирование и воспроизводство личностной идентичности), коммуникация коллективов (коллективная идентичность) и коммуникация институализированных статусов и ролей (формальная идентичность).

Однако эти две типологии, хотя и представляются в равной степени логичными, не синхронны с исторической точки зрения. Учитывая историческую, а не формально-социологическую логику, поставим на первое место коммуникацию коллективов как примордиальных «мы», противопоставленных безличным «они/оно». В последней категоризации стирается грань между «людьми с точки зрения внешнего наблюдателя» — носителями враждебного духовного начала, собственно, они часто и не называются людьми, в отличие от «нас», и миром духов («сверхъестественных» также только с точки зрения внешнего наблюдателя). В аспекте порождаемых этой идентичностью форм социальности можно выделять коммуникацию индивидов как носителей коллективных идентичностей, коммуникацию сообществ как «мы» против «них» (так сказать, «чистый тип»), коммуникацию социологически определяемых групп (обществ), идентичность которых уже конструируема, а не примордиальна.

Следующим историческим этапом явилось развитие коммуникации формальных «оно» (идеальный носитель функции — от торговца и чиновника до государства или фирмы — беспол, безвозрастен, бесконфессионален, беспартиен и т.д.). Формальное «оно» противостоит «я» как индивидуальности, имеющей не только и не столько эти характеристики, связанные с коллективными принадлежностями, сколько воплощающей авторское конструирование стиля жизни, мировоззрения, индивидуальную версию культуры. Здесь мы также видим коммуникацию индивидов как носителей социальных статусов и ролей, коммуникацию (в том числе через легальное представительство и другие формализованные процедуры) групп и сообществ с институтами, а также коммуникацию институтов-производителей информации и численно больших аудиторий с использованием средств публичного и массового воздействия, информации, технических средств. Следовательно, можно констатировать, что общества, называемые современными, характеризуются именно такими идентичностями и коммуникативными процессами.

Однако налицо новый проект — коммуникация личностей как «Я», противостоящих, замыкая круг, вновь некоторым «мы», но уже не примордиальным, а конструируемым, воображаемым самими «Я» в поиске различения, можно использовать для их характеристики и модный термин «виртуальным».

Эта коммуникация уже сегодня принимает такие социальные формы, как коммуникация индивидов как личностей, коммуникация лидеров мнения групп внутри и между группами, коммуникация харизматических лидеров (коммуникативных лидеров), новаторов с последователями и большинством. Хотя вряд ли они полностью раскрывают социальный потенциал этой формы создания идентичности, и в дальнейшем будут выявлены более яркие и «чистые» образцы создаваемой на ее основе солидарности.

Возвращаясь к теме современных технологий и механизмов конструирования идентичностей, выделим несколько заслуживающих, на наш взгляд, внимания сюжетов.

В целом эти технологии, о чем бегло уже было сказано, характеризуются двумя особенностями (отражающими все те же два аспекта коммуникативных процессов). Во-первых, степень манипулятивного контроля, уже достигнутая на предыдущих этапах развития, делает не существенной границу между специализированными (профессиональными) и повседневными коммуникациями. Они в равной мере сознательно конструируются на основе обучения определенной сумме навыков, отражаемых понятиями коммуникативной компетентности. Во-вторых, и в силу отмеченного выше, особо ценится эмоциональный, основанный на чувстве (и социальных чувствах), спонтанный, искренний модус коммуникации, проявляющийся «поверх» и «за» ее преднамеренной технологичностью и технической насыщенностью. Представляется, что предстоит выработать понятие о какой-то иной, не ведомой М.Веберу, рациональности, совершенно не рациональной с его точки зрения. Это понятие должно отобразить чувства, ощущения (лишь отчасти передаваемые терминами эмпатия, интуиция) участников коммуникативных процессов, в том числе и *чувство понимания* — понимания, возможно, не полного, дорефлексивного, не внятно артикулируемого, но рождающего убежденность в наличии коммуникации (общения, диалога) как таковой. Потребность в таком новом понятии обусловлена поиском ответов на ряд почти риторических вопросов. Является ли рефлексивное понимание всегда необходимым как более высокая степень понимания? Может быть, как общество, верное культуре (как живому творчеству и наследованию), а не

формальной рациональности и техничности цивилизации, мы напрасно мучаемся, пытаясь вместо общности, основанной на неосознанных, эмоциональных, личных, хотя и ранжированных отношениях, создать безликое (и, может быть, бездуховное), зато на основе научных знаний хорошо манипулируемое общество сознательных, рациональных, прагматичных граждан? Насколько бесспорна традиция западной культуры, противопоставляющая разум и чувства, причем отдающая безусловное преимущество разумным, рациональным началам культуры? И действительно ли так рационален человек западной, современной культуры? Он точно отдает себе отчет в целях, к которым стремится, он может привести аргументы и объяснить значимость ценностей, которые разделяет, он выбирает наилучшие средства достижения целей, позволяющие добиться максимального результата с наименьшими затратами? Или ему кажется и верится, что он таков? Или на самом деле, чем меньше он задумывается и руководствуется разнообразными теориями, тем большего он добивается?

Процедуры близких отношений, основанных именно на чувствах (дружбы, любви), подражания, внушения, имитации, игры, экспрессивного самовыражения достаточно распространены и в современных культурах, если наши предубеждения (в лучшем, Гадамеровском смысле) и наши исследовательские инструменты позволяют их различить<sup>4</sup>.

Сказанное позволяет предложить типологию сегодняшних технологий коммуникации с точки зрения создаваемых типов идентичностей:

- средства создания неродственных не институционализованных групп. Традиционно социальная (культурная) антропология описывала преимущественно родственные группы. Неродственные группы рассматривались социологией как существующие в рамках тех или иных социальных институтов. Сегодня же мы фиксируем коммуникации, конструирующие и позволяющие достаточно устойчиво существовать большому набору неродственных и не институализированных сообществ — профессиональных, соседских, связанных людьми частными интересами или фактами общего опыта, т.е. коммуникативными практиками;



- средства создания коллективов. Именно сегодня речь зашла о трудовых коллективах как носителях специфической организационной культуры, иерархии обычно-правовых и легальных норм, истории, мифа, языка и т.д.;
- средства создания социальных сетей. Сетевые сообщества представляются порождением интерактивных информационно-технологий. Действительно, они тесно связаны с этой технической новацией, однако, на наш взгляд, не исчерпываются ею. Сообщество распространителей «там-» и самиздата является примером сети, не использовавшей (за невозможностью) не только интернет и мобильные технологии, но и копировальную технику, однако его функционирование ничем по сути не отличается от других видов социальных сетей;
- средства создания личной идентичности, включая само-конструирование, само-презентацию. Причем в отличие от создания имиджей массовой коммуникации большое значение здесь придается культивированию и демонстрации чувств, внутренних переживаний, индивидуальности.

Итак, мы попытались представить коммуникацию как социокультурные практики, основным содержанием которых является создание (конструирование и воспроизводство) идентичностей человека. Множественность идентичностей как не просто принадлежностей, а разно-направленности само-созидания человека является главной чертой современных коммуникаций, что и обуславливает распространение в обществах тех техник и технологий, которые могут выступать средством такого рода коммуникаций.

### Примечания

<sup>1</sup> Лич Э. Культура и коммуникация: Логика взаимосвязи символов. К использованию структурного анализа в социальной антропологии. М., 2001. С. 8.

<sup>2</sup> Думается, именно в этой культуре, а не в устной традиции, обязательно ссылающейся на авторитет — предков, духов, Богов — как источник текстов культуры следует говорить об анонимности. Это не только характе-

ристика человека как части массовой аудитории (в классической формулировке Г.Блумера и других исследователей), но и черта любого квазиавтора в массовой культурной и информационной индустрии. Имя как «бренд» делает стоящего за ним человека на самом деле анонимом, полностью скрытым за демонстрируемым образом. Отечественная практика, зачастую доводящая идеи современной культуры до абсурда и тем самым их разоблачающая, подарила нам в этом смысле отличный пример «Миража» — поп-группы с постоянно меняющимся и анонимным составом, полностью оправдывающей свое символическое название.

- 3 Многие при этом в современной культуре, характеризующейся множественной идентичностью, конечно, зависят от способа постановки вопроса исследователем. При «мягком» вопрошании наиболее симптоматичной является именно конструкция ответа, а даже не его содержание.
- 4 Как социальную (культурную) антропологию долго критиковали за то, что она отражает преимущественно мужской взгляд на культуру, поскольку исследователи были чаще мужчинами и общаться в той или иной культуре могли в основном с мужчинами и на «мужской половине» (дома, стойбища и т.п.), так и с точки зрения описания социальных чувств многие исследования страдают однобокостью в силу того, что рефлексизирующему и искусно пользующемуся языком исследователю проще общаться с кем-то тоже образованным, умело рассуждающим. Один автор так об этом и пишет: «Попадание в выборку значительного числа информантов с высшим образованием связано с их способностью к лучшей артикуляции собственного опыта» (*Гурова О.* Нижнее белье в советской культуре: особенности приватной вещи // *Журнал социологии и социальной антропологии.* 2004. Т. VII. № 2. С. 101). При этом автор не обсуждает вопрос о том, насколько адекватны ответы этих информантов, как их знания, само-категоризация и осмысление практик в привычных теоретических схемах долженствования влияют на рассуждения по тому или иному вопросу.