



Розин В.М.

## КОММУНИКАЦИЯ И СОЦИАЛЬНОСТЬ

**Аннотация:** В статье анализируются два основных способа объяснения социальной коммуникации и связи ее с обществом. С целью понимания связей коммуникации с социальностью и обществом анализируются несколько кейсов (объяснение затмения в древнем мире, проект "Донор", террористическая атака 11 сентября, феномен моды). Этот анализ позволяет показать, что коммуникация и социальность – две стороны одного целого. Кроме того, оказывается, что в современных условиях коммуникация не только обособляется в самостоятельную практику, но и складывается и разворачивается в очень специфических условиях, а именно технологических и институциональных. Проведенное исследование опиралось на методы ситуационного и сравнительного анализа, а также культурологическую и методологическую реконструкцию специально подобранных кейсов. В результате удалось показать, что существующие способы объяснения связи коммуникации с социальностью неудовлетворительны. Значительно лучше эти связи объясняются в рамках культурологии и методологии, где исследование позволяет высказать гипотезу не только о единстве коммуникации и социальности, но и их технологической и институциональной основе в современности.

**Review:** The author of the article analyzes the two main explanations of social communication and its role for the society. In order to understand the relation between communication and sociality and society the author analyzes several cases (explanations of the eclipse by ancient people, the 'Donor' project, act of terrorism on September 11 and the phenomenon of fashion). The results of the analysis demonstrate that communication and sociality are the two sides of one whole. Moreover, the author demonstrates that under current conditions communication does not only make an independent practice but also develops in very specific environments, in particular, technological and institutional environments. The conducted research is based on the methods of case analysis and comparative analysis as well as cultural and methodological reenactment of particular cases that have been selected especially for the present research. As a result, the researcher demonstrates that the current explanations of the relation between communication and sociality are not satisfactory. Cultural studies and methodology explain this relation much better. Within their framework, it is possible to make a hypothesis not only about the unity of communication and sociality but also about their technological and constitutional grounds in this day and age.

**Ключевые слова:** Коммуникация, социальность, общество, схемы, реальность, институт, технология, актер, публикатор, аудитория.

**Keywords:** Communication, society, society, schemes, reality, institution, technology, actor, publisher, audience.

Существует довольно много теорий и моделей коммуникаций. Одни из них ориентированы технологически и семиотически, т.е. позволяют, опираясь главным образом на теорию информации, объяснить и описать коммуникации (рекламу, публик рилейшинз, брендинг и т.д.) как определенные технологии. Другие теории идентифицируют себя с социальными науками, их представители, например Н.Луман, стремятся понять коммуникации как социальный феномен. Можно согласиться со Станиславом Наумовым, который отмечает, что подход Лумана дает возможность отказаться от доминирующего представления о коммуникации, как передаче или переносе инфор-

мации; коммуникация по Луману определяется не функционально, а относительно самой себя, обладая свойствами аутопоэзиса (самопорождения, самопродолжения, саморазвития)<sup>1</sup>.

Луман, действительно, «не разделяет мнение М. Вебера и Парсонса о том, что социальность возникает лишь в том случае, когда имеет место «ориентация на другого»»<sup>2</sup>. Он предлагает объяснять общество как систему коммуникаций, при-

<sup>1</sup> <http://stanislavnaumov.ru/ch2/p3>

<sup>2</sup> Луман Н. Общество как коммуникативная система. ([http://mirslouvrei.com/content\\_fil/N-LUMAN-OBSHHESTVO-KAK-KOMMUNIKATIVNAJA-SISTEMA-12529.html](http://mirslouvrei.com/content_fil/N-LUMAN-OBSHHESTVO-KAK-KOMMUNIKATIVNAJA-SISTEMA-12529.html))

чем люди по Луману принадлежат не к системе, а к среде, под коммуникацией же нужно понимать различение информации, сообщения и понимания. Стремясь мыслить строго и логично, Луман использует минимум понятий и следит за своими операциями; в методологическом плане он старается интегрировать системный подход с теориями коммуникации, информации и сознания. С точки зрения Лумана, социальная система (неважно, право, наука, власть) устроены таким образом, что упорядочивают социальный материал, превращая его в события самой системы; за счет этого сложность материала среды переходит в порядок системы. «Система, – поясняет Луман в одной из работ, – сама в состоянии устанавливать и изменять свои элементы, но происходит это лишь посредством реляционных процессов, а не через их обычную организацию <...> Элементы являются элементами только для той системы, которая пользуется ими как неким единством (например, если речь идет о праве, то любое событие должно быть истолковано как или правонарушение или как соблюдение правовой нормы. – *В.Р.*), более того, они и считаются таковыми лишь посредством данной системы. Это и есть основная формула концепции аутопойесиса»<sup>3</sup>.

Однако, каким все-таки образом коммуникация связана с социальностью или как коммуникация ее порождает? Из теории Лумана понять это трудно. Наше сознание оказывается расколотым: или мыслится коммуникация и тогда мы невольно скатываемся к первой, информативно-семиотической точке зрения, или схватывается сущность социальности (общества), в этом случае не удастся помыслить коммуникацию. Известен, конечно, в эпистемологии конструктивистский подход. «С точки зрения социальных конструкционистов при исследовании психики, сознания, человеческой личности мы имеем дело не с реальными предметами, а лишь с конструкциями двоякого рода. Во-первых, это продукты социальных взаимодействий, разного рода коммуникаций, имеющих культурно-исторический характер. В разных культурах и в разное время эти конструкции будут разными: поэтому и личность, и «Я», и субъективный мир будут выглядеть по-разному, а может быть, вообще не будут иметь

места. Во-вторых, сам исследователь вместе с тем, кого он исследует, строит изучаемый предмет, который вне этого процесса не существует. То, что принимается за познание, в действительности таковым не является. Поэтому в этом случае невозможно строить теории (т.к. не существует предметов, к которым они могли бы относиться) и проводить эксперименты, предполагающие существование процессов, которые экспериментально исследуются. Психолог или социолог, с этой точки зрения, являются в действительности не исследователями, а участниками в создании определённых социальных отношений, некоей эфемерной социальной реальности, о которой можно говорить лишь в условном смысле, ибо она существует только в рамках конструктивной деятельности»<sup>4</sup>.

Позиция понятная, но опять же здесь нет ответа, проливающего свет на вопрос о связи коммуникации с социальностью. Однако именно на этот вопрос нужно ответить, если мы хотим объяснить природу коммуникаций.

Помимо указанной оппозиции в объяснении коммуникаций нас интересует еще один момент: что является целым для разных видов, так называемой, маркетинговой коммуникации. Например, что общего между рекламой, PR, публичными выступлениями на ТВ или новой программой развития страны? С точки зрения информационно-семиотического подхода, все это разные виды сообщения, с точки зрения Лумана – это просто разные социальные системы коммуникаций. Оба объяснения мало что дают.

Со своей стороны, мы попытаемся решить указанную дилемму (или коммуникация или социальность), осмысляя ряд кейсов и исследований в рамках развиваемого нами направления «методологии с ограниченной ответственностью»<sup>5</sup>. В плане оснований для него характерны установки на культурологию, гуманитарные науки, семиотику и схемологию, на генезис анализируемых явлений и «гуманитарные практики» в духе В.Дильтея и М.Бахтина (отсюда ограниченность методологических возможностей).

<sup>4</sup> <http://becmology.ru/blog/phylosophy/constructivism02.htm>

<sup>5</sup> Розин В.М. От панметодологии к методологии с ограниченной ответственностью // Методология науки: проблемы и история. ИФ РАН. М., 2003. Розин В.М. Методология: становление и современное состояние. М., 2005.

<sup>3</sup> Luhmann N. Sozial Systeme: Grundriss einer allgemeinen Theorie. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1984. S. 43.

*Кейс первый.* Исследования показывают, что в архаической культуре затмение солнца или луны понималось совсем иначе, чем сегодня.

«На языке тупи, – пишет классик культурологи Э.Тейлор, – солнечное затмение выражается словами: «ягуар съел солнце». Полный смысл этой фразы до сих пор обнаруживается некоторыми племенами тем, что они стреляют горящими стрелами, чтобы отогнать свирепого зверя от его добычи. На северном материке некоторые дикари верили также в огромную пожирающую солнце собаку, а другие пускали стрелы в небо для защиты своих светил от воображаемых врагов, нападавших на них. Но рядом с этими преобладающими понятиями существуют еще и другие. Караибы, например, представляли себе затмившуюся луну голодной, больной или умирающей... Гуроны считали луну больной и совершали свое обычное шаривари со стрельбой и воем собак для ее исцеления»<sup>6</sup>.

В развиваемом автором учении «схемологии» выражения типа «ягуар съел солнце», с точки зрения современной методологии, характеризуются как «схемы»<sup>7</sup>. В схемах можно различить как бы три ипостаси: это *языковое выражение* (нужно было изобрести сам нарратив, например, «ягуар съел солнце» или «луна умирает»), схемы задают *новую реальность и понимание* того, что происходит (диск солнца уменьшается, потому что его съедает ягуар), наконец, указывают, *что надо делать* (отгонять ягуара; и, действительно, скоро затмение прекращается – ягуар отпускает солнце; то есть архаический человек убеждался в эффективности своего понимания). Этот синкретизм трех основных моментов – языка, коммуникации и деятельности, очевидно, выступает условием разрешения проблем, с которой периодически сталкивались архаические племена (напри-

мер, когда начиналось затмение, они испытывали ужас и не знали, что делать).

А вот современный пример – схема метрополитена. Проблемная ситуация для проектировщиков метро в данном случае представляла собой организация потоков пассажиров, а также необходимость ориентировки в метрополитене отдельного человека. Она была разрешена за счет изобретения схемы метрополитена, задавшего новую реальность и объект (метро как система маршрутов, станций, пересадок, входов и выходов), позволяющую правильно действовать. Схема метрополитена, также как и схема архаического понимания затмения – семиотическое образование. Действительно, чтобы правильно читать схему метрополитена горожанин должен знать, что цветные линии обозначают маршруты, кружочки – станции, стрелки – пересадки и пр. Другими словами, необходимым условием формирования и функционирования схем является *означение*, то есть замещение в языке одних представлений другими. Но схема в своей основной функции – не знак, а самостоятельное образование: она ничего не замещает, а разрешает проблемную ситуацию, задает реальность и понимание, указывает на действие.



Но какое, спрашивается, все это отношение имеет к нашей проблеме? Прямое, поскольку помогает понять связь коммуникации и социальности, правда, если к данному дискурсу подключить еще несколько.

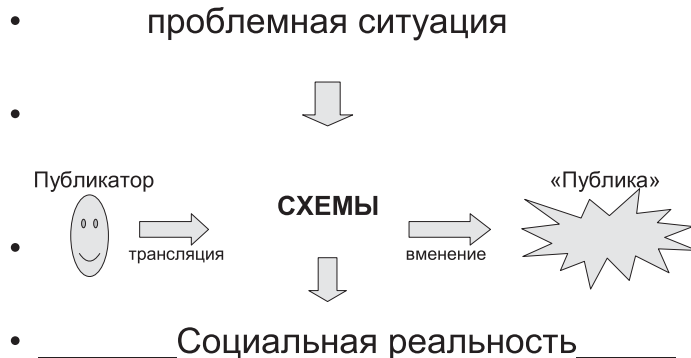
Согласимся, реальности затмения и метро вполне можно считать социальными, поскольку они определяют для участников соответствующего социума (архаического племени или сообщества горожан) поведение в значимых ситуациях (назовем этих участников традиционно «актерами» или нетрадиционно «публикой»). Задают эти реальности схемы. Одновременно, схемы адресованы актерам. Изобретатели схем, будем называть их «публикаторами» (всегда действуют в публичном пространстве), разрешая проблемные ситуации, не только сообщают актерам («публике») о новой реальности (а также о

<sup>6</sup> Тейлор Э. Первобытная культура. М., 1939. Стр. 228.

<sup>7</sup> Как показывает А.Ф. Лосев, Платон широко использует понятие «схема», а я, что в «Тимее» он также обсуждает, что это такое. Но до античной культуры такого осознания не существовало. Например, архаические люди, говоря, что «ягуар съел солнце» понимали это не как нечто существующее отдельно от явления (т.е. как схему), а как само явление (просто есть обычный ягуар и гигантский на небе). В этом смысле данное выражение схема для нас, но не для архаического человека.

том, как вести себя в ней), но конституируют эту реальность. Иначе говоря, социальность – это и коммуникация и констиуирование реальности в рамках коммуникации.

Принципиальная структура социальности



Расширяя данную методологическую схему за счет других социальных дискурсов, можно указать ряд важных моментов. Публикаторы являются не только изобретателями схем, но как правило, это властные субъекты, начиная от реальных субъектов власти (вождь – шаман, царь – жрец, король – папа, президент – председатель парламента и т.д.), продолжая, включая фигуры «педагога» (власть над учащимися), «политика», «художника», «ученого» (власть над сознанием и умами), заканчивая «личностью», которая властвует сама над собой и часто уклоняется от власти общества<sup>8</sup>. Соответственно, публику составляют аудитории, к которым обращаются данные социальные субъекты, аудитории, которые публикаторы создают своими обращениями и сообщениями. Важно, что публикаторы не только транслируют созданные ими схемы, но и вменяют их акторам.

Может показаться, что проблемные ситуации больше связаны с природными катаклизмами, а социальная реальность складывается помимо схем. Это совершенно не так. Наши исследования показали, что схемы («фундаментальные» и «локальные») задают саму суть

<sup>8</sup> В.С. Библер, характеризуя личность, пишет, что ей присуща самодетерминация и преодоление социальной и культурной обусловленности. Вспомним в связи с этим хотя бы Сократа. Он пытается сам определять свою судьбу и идет против мнения афинского общества.

социальности и культуры, причем их приходится создавать главным образом для разрешения проблемных ситуаций, складывающихся именно в рамках социальности<sup>9</sup>.

*Кейс второй.* «Теракты, совершённые в начале нашего века, – пишет С.Наумов, – среди которых, безусловно, самый запомнившийся – теракт 11 сентября 2001 года в США, а для России – больница в Будёновске, Норд-Ост и школа в Беслане – действия, осуществлённые теми, кто принимает наличие публичного поля и правила игры на нём<sup>10</sup>. Террористы играют на поле публичных коммуникаций, используя его для ведения необычной войны...

Если посмотреть на теракты под углом зрения публичных коммуникаций, то становится понятно, что главное в подобного рода террористических действиях, не физическое уничтожение нескольких сотен или тысяч людей, а реализация такого сценария, который бы вызвал максимальный резонанс в публичном пространстве, и произвёл бы изменения в представлениях и самоощущении миллионов и даже миллиардов людей. Конечная мишень терактов – не те, кто погиб, а те, кто выжил.

Все эти теракты развивались примерно в общей логике. Первое – это выбор места и реализа-

<sup>9</sup> Например, в основании самой первой культуры (архаической) лежали фундаментальные схемы «души» и «архе», а схема затмения являлась локальной. Схема души позволила разрешить, во-первых, основные антропологические проблемы того времени (понимание и конституирование смерти, болезни, сновидений, примитивного искусства), во-вторых, вместе со схемой архе ответить, как бы сегодня сказали, на основные социальные вызовы времени (объяснение и конституирование связей, объединяющих людей в семье и племени, обрядов инициации, социальных норм, самой древней практики обучения и др.). См. подробнее *Розин В.М.* Введение в схемологию. Схемы в философии, культуре, науке, проектировании. М., 2011. С. 177-191. К тем же самым выводам о роли фундаментальных и локальных схем автор пришел и при анализе античной культуры. Не меньшую роль схемы сыграли при формировании культуры нового времени, религии и даже эзотерики (см. например, *Розин В.М.* Демаркация науки и религии. Анализ учения и творчества Эмануэля Сведенборга. М., 2007).

<sup>10</sup> Со своей стороны, отметим, что существенная составляющая того, что сегодня происходит на Украине, обусловлена информационной войной с обеих сторон.

**Политика и общество 9 (117) • 2014**

ция представления, которое в наибольшей степени сможет не только привлечь первое внимание, но и даст повод для дальнейшей жизни этой истории и метасюжета «терроризм» в целом. А это значит, что выбирались культурно, символически, метафорически и ценностно насыщенные места: театр, дети и школа, больные и, наконец, ВТЦ в Нью-Йорке – символ Америки.

Мы помним, что катастрофу 11 сентября показывали сначала все телеканалы целый день просто без комментариев (самый простой и базовый вид новостей), сделав участниками события, таким образом, практически весь мир. Затем в дело вступили ньюсмейкеры с новостными текстами: несколько дней подряд на всех экранах (и ТВ и печатных, и радио) шли информационные сообщения с места трагедии – свидетельства очевидцев, информация журналистов. Газеты и ТВ конкурировали между собой, выискивая очередной новостной повод, очередного свидетеля или кадры. Их сменили опинионмейкеры в основном в лице аналитиков: началась волна аналитических материалов, интерпретирующих и осмысляющих это событие. При этом аналитики тоже вступили в определённую конкуренцию, каждый из них старался задать новую точку зрения на событие 11 сентября, выстроив свою уникальную позицию. Использовала этот сюжет в целях укрепления собственного рейтинга и авторитета и администрация США. Таким образом, в этот сюжет оказалось включено огромное количество обычных людей и большое количество людей, занимающих значимые позиции как в публичном пространстве, так и в политической, общественной и интеллектуальной жизни. Сюжет превратился в глобальный метасюжет «терроризм и кризис цивилизации». Этот метасюжет дооформился материалами масштаба выступлений ведущих мировых философов, которые вывели это событие на уровень мировых процессов и закрепили его, таким образом, прочно в метасюжетных рамках. Далее последовали документальные и художественные фильмы, превратившие это событие в культурно-историческое.

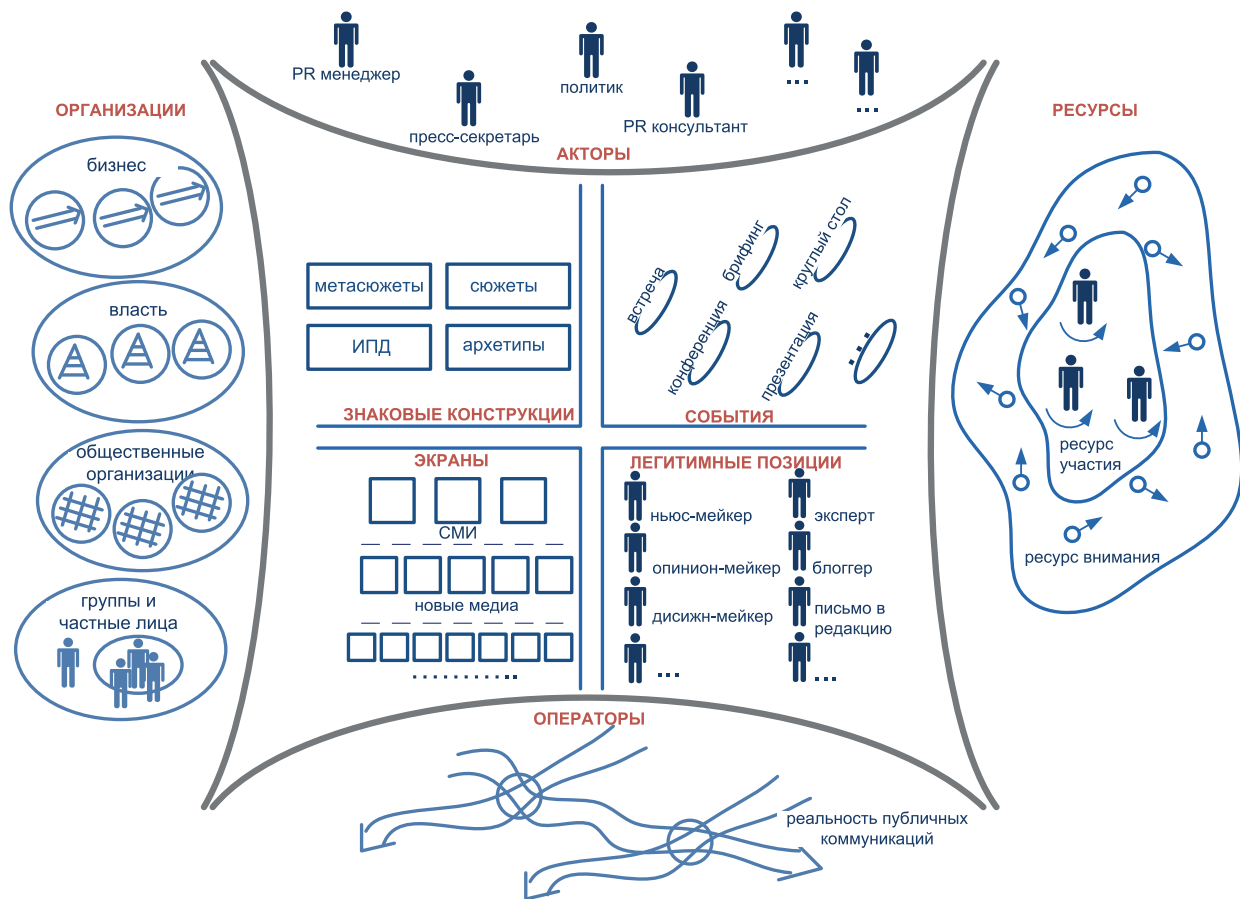
В истории об 11 сентября можно увидеть и ту этическую и ценностную проблему, с которой мы сталкиваемся, когда имеем дело с публичными коммуникациями. Понимание, что события 11 сентября, как и другие теракты, выстроены в

логике перформанса, пришло к многим аналитикам. И в то же самое время, у многих это вызвало отторжение, потому что кощунственно называть гибель людей «шоу». Но с нашей точки зрения, гораздо правильнее было бы сделать то, что практически не было сделано – понять это именно как игру на поле публичных коммуникаций и сделать некоторые выводы из этой печальной истории. Потому что ведь террористы абсолютно грамотно использовали существующие правила игры. Они явно сыграли на том, что данное событие попадёт в информационную повестку дня и за его новостное, а затем аналитическое освещение начнут конкурировать различные экраны и позиции между собой, обеспечив таким образом этому событию публичное присутствие практически во всем мире. Они сыграли на желании интеллектуалов-аналитиков использовать это событие как повод для своего личного публичного выхода и попытке сконструировать собственную аналитическую позицию. На желании политиков использовать это событие для укрепления собственного авторитета. Всё это особенно в первые недели после события создало явно чрезмерно эмоциональную атмосферу. И, по крайней мере, 11 сентября террористы выиграли. Выиграли потому, что все остальные (кроме террористов) участники публичных коммуникаций не вполне осознавали как раз тот факт, что они в первую очередь – участники коммуникаций, а не политики, или представители медиа-бизнеса»<sup>11</sup>.

Осмыслим этот кейс, с точки зрения нашей проблематики. Первое на что можно обратить внимание: в современной глобальной цивилизации коммуникация обособилась. С одной стороны, сложилась самостоятельная социальная практика (публичные коммуникации), с другой – социальная технология, с третьей – новый социальный институт. Эти три аспекта коммуникации С.Наумов изобразил в методологической схеме, назвав ее «схема пространства публичных коммуникаций»<sup>12</sup>:

<sup>11</sup> *Наумов С.А.* Публичные коммуникации как феномен нетрадиционного управления // *Философия управления: проблемы и стратегии / Российская академия наук, Институт философии; Отв. Ред. В.М. Розин. М.: ИФРАН, 2010. С. 241-253.*

<sup>12</sup> Там же.



Указанные три этапа становления (синкретический, где еще не разошлись разные стороны явления, технологический и институциональный) характерны, конечно, не только для коммуникаций. Технологический подход сложился в XX столетии связи с установкой на массовое индустриальное производство, требованием обеспечить качество изделий, а также экономии средств, разбиением основного рабочего процесса на операции и создание условий для их реализации, подготовкой специалистов-технологов. В свою очередь в рамках институционального подхода создавались условия для воспроизводства и функционирования социальных технологий. К их числу относились проблемы, которые должен был решать социальный институт, популяции пользователей и специалисты (на схеме Наумова они изображены фигурками позиций), процедуры и организация, обеспечивающие в рамках института решение проблем, схемы и знания, на основе которых действовали пользователи и специалисты.

Являясь глобальной технологией, публичные коммуникации формируют образ жизни современ-

ного человека (например, он ожидает новостей и комментариев к ним), создают новые возможности, которые он не имел прежде (может узнавать, что произошло практически в любой точке земного шара или что утверждают самые разные социальные субъекты планеты), но и порождают неожиданные, и часто весьма сложные и даже непреодолимые, последствия и проблемы. Общее место, что технологии помимо своих основных функций используются не так, как они замышлялись, и не теми субъектами. Например, публичные коммуникации замышлялись не для террористических актов и террористов. Общим местом является и дезинформация и даже информационные войны, хотя декларируется, что публичные коммуникации должны доставлять правдивую информацию и служить на благо общества. Стоит подчеркнуть, что указанные особенности современных технологий неотъемлемы от них и обязательно должны учитываться.

Вторая особенность публичных коммуникаций – множественность и неясность целей, которым они служат. Например, террористы утверждали, что

**Политика и общество 9 (117) • 2014**

американские спецслужбы сами устроили взрыв башен, т.е. выставляемый «публичный дискурс» (Фуко) был направлен на дезинформацию, сокрытие. Реконструкции же показывают, что при этом преследовались по меньшей мере три задачи: устрашить западное общество, заявить о себе как мировой силе и субъекте, консолидировать на своих условиях исламское общество и дальше, если удастся, остальной мир. Но понятно, что можно дать и другие объяснения.

Естественно, что работают публичные коммуникации и на свои основные цели: порождают и вмещают новейшими методами схемы, трансформирующие и сдвигающие реальность (одна из версий проблемной ситуации, для разрешения которой схемы теракта 11 сентября были созданы, задается указанными тремя задачами). Практически все согласились, что эти теракты задали новую социальную реальность, где уже нельзя не учитывать мировой терроризм, а также глубокий кризис нравственности и культуры.

Еще одна важная особенность публичных коммуникаций состоит в том, что они выступают одним из инструментов построения и возобновления социальной реальности. Чтобы убедиться в этом, рассмотрим еще один кейс.

*Третий кейс.* Речь идет о проекте «Донор», для которого проблемной ситуацией выступило осознание (врачами, министерством здравоохранения, правительством, НКО, общественностью) острой потребности в реформировании службы крови<sup>13</sup>. Как показал анализ один из важнейших инструментов воссоздания заново этой службы выступили публичные коммуникации. В рамках проекта «методологические и теоретические прикладные ис-

<sup>13</sup> Проект лично курировала Министр здравоохранения и социального развития России Татьяна Голикова (министр с 2007 по 2012 гг.). Еще один важный участник, Федеральное медико-биологическое агенство во главе с Владимиром Уйба. Непосредственной технической реализацией проекта занимались Департаменты Минздравсоцразвития. Кроме того, в проект были включены главные внештатные профильные специалисты министерства, руководители ведущих гематологических учреждений страны, представители общественных организаций. Не последнюю роль в формировании и реализации программы осуществили два методолога (Ю.Грязнова, С.Малявина, на тот момент – помощник Министра) с командой специалистов по коммуникациям (в составе отдела по приоритетным коммуникационным проектам министерства).

следования позволили разработать и выполнить в 2008–2009 гг. следующие действия (мероприятия):

- детальное информирование населения России о базовой социальной потребности, которую удовлетворяет институт донорства, её масштабах и последствиях в случае невыполнения институтом донорства своих функций;
- формулирование и формирование ценностей института донорства (донорство – норма жизни, донорство – это полезно, донор – здоровый человек и т.п.);
- выявление основных участников института донорства, стимулирование их активности;
- создание стандартов и норм коммуникации, взаимодействия и поведения как внутри отдельных социальных организаций и позиций, так и между ними;
- создание символики и фирменного стиля Службы крови, с которым идентифицируется институт донорства в целом, проведение символических акций (Всероссийская видеоконференция, Форум службы крови, отдельные акции в регионах);
- формирование коммуникации и взаимодействия службы крови с другими социальными институтами, указанными на принципиальной схеме донорства.
- задание традиционных мероприятий для института донорства...

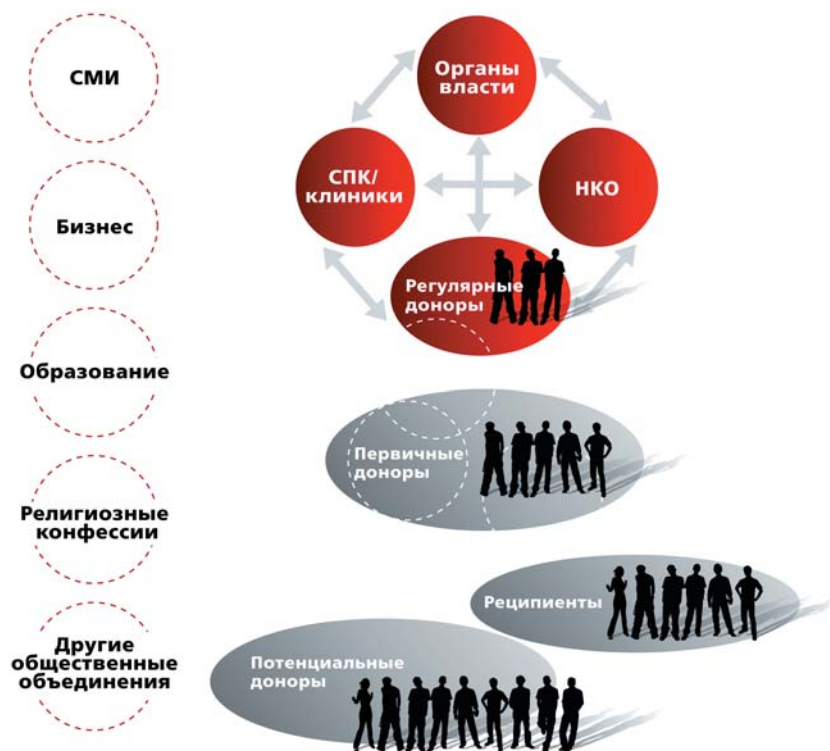
Поскольку разработка проекта предполагала социальное управление реализация проекта «Донор» включала не только такие технологии как организацию и , обучение, но и *настройку сознания*... Все эти три вида управленческих воздействий после соответствующих исследований и были реализованы в проекте «Донор». Например, прошли переподготовку и обучение работники станций переливания крови и клиник, существенная работа была проведена с чиновниками органов власти, чтобы сформировать у них правильное отношение к донорству, практически со всеми участниками проекта шла организационная работа<sup>14</sup>.

И понятно в чем тут дело: поскольку коммуникации предполагают построение схем, задающих и сдвигающих реальность, ими можно воспользоваться для конституирования самой социальности. И мы видим, что публичные коммуникации все чаще используются с этой целью. К сожалению, не всегда

<sup>14</sup> Розин В.М., Малявина С.А., Грязнова Ю.Б. Социальный проект как один из инструментов управления социальными процессами (на материале проекта «Донор») // Философия управления: проблемы и стратегии. С. 169-195.

на благо общества и человека, однако, как уже отмечалось, этот спутник неизбежный. Другое дело, что негативные последствия публичных коммуникаций можно минимизировать.

Стоит отметить и такой момент. Поскольку целое в плане становления социальности в определенной степени задается институциональным подходом, разработчики проекта «Донор» именно представление об институте положили в основание своих схем. В принципиальную схему института донорства они включили следующие составляющие: органы власти, СПК, общественные организации, регулярные доноры, а также потенциальные участники института – первичные доноры и будущие потенциальные доноры. Чтобы понять, какие факторы могут влиять на принятие решения сдавать кровь, а также вписать институт донорства в культуру (социум), в принципиальной схеме были представлены и другие институты, а именно, СМИ, Бизнес, Образование, Религиозные конфессии, различные общественные (не донорские) объединения.



Принципиальная схема института донорства<sup>15</sup>

Получается, что в современных условиях коммуникация складывается и разворачивается в очень специфических условиях, а именно технологических и институциональных. Правда, оба эти феномена сегодня существенно меняются, например, резко возросла область негативных последствий, обязанных новейшим технологиям, глобальные процессы заставляют перестраивать социальные институты, складываются сетевые формы социальности, ставящие под вопрос традиционные технологии и институты. Наконец, рассмотрим еще один кейс (авторское осмысление моды), анализ которого позволяет понять, в каком направлении в современном мире может идти развитие коммуникаций.

*Четвертый кейс.* Крайняя точка зрения, что мода была всегда. На одном из семинаров, проходивших в РГГУ, наш известный культуролог Г.С. Кнабе, не то, шутя, не то серьезно, сказал: «уже обезьяна украшает себя цветами. Почему это не мода?» Противоположная точка зрения: мода складывается очень поздно, не раньше XX столетия, когда формируется промышленность, позволяющая удовлетво-

рять меняющиеся запросы и вкусы представителей массовой культуры. «Общепризнанно, – пишет наш известный теоретик моды А.Б.Гофман, – что развитие и функционирование моды в широких социальных масштабах было обусловлено такими факторами, как промышленная революция и возникновение массового поточного производства, ломка феодальных сословных барьеров, усиление географической и социальной мобильности, рост культурных контактов, урбанизация, развитие средств связи, транспорта, массовой коммуникации»<sup>16</sup>. Понятно, что автор согласен с Гофманом, поскольку концепция последнего полностью укладывается в сказанное выше по поводу технологического подхода. Теперь схема сущности моды.

Представим, что я хочу попасть в мир, где я красивая женщина, мастер карате, успешный предприни-

<sup>15</sup> Там же.

<sup>16</sup> Гофман А.Б. Мода // Культурология. XX век. Словарь. Санкт-Петербург. 1997. С. 290.



**Политика и общество 9 (117) • 2014**

мать и прочее. Что для этого необходимо сделать? Один путь, достаточно трудный – стать именно таким, как я хочу. Другой, полегче, – добиться признания со стороны других, чтобы они тебя таким считали, при этом неважно, что есть на самом деле. В этом втором случае эти «другие» должны повернуться ко мне, увидеть во мне красивую женщину (мастера карате, успешного предпринимателя), начать восхищаться моей красотой (силой, удачей) и делать все остальное, предписанное мне данной ролью. Однако ведь все личности, каждый занят, любит, поглощен собой. Каким же образом обратить на себя внимание, повернуть их глаза на себя, как из себя сделать центр мира (вспомним «Речь о достоинстве человека» гуманиста эпохи Просвещения Пико дела Мирандолы: «поставил Бог человека в центр мира»).

Очевидно, чтобы на меня обратили внимание, занялись мною, я должен попасть в мир (реальность) этих других людей, стать для них событием. Как? Послав вместо себя того, кто для них значим, интересен, от кого они зависят. Но в культуре нового времени для других людей значимы и интересны не люди как таковые, а образцы, идеалы, ценности, относительно которых новоевропейский человек поверяет (подтверждает) свое бытие и существование. Если в средние века человек идентифицировал себя с Богом (Христом как идеалом человека), святыми, что и являлось условием культурного, согласованного поведения, то в новое время он идентифицирует себя с себе подобными, но не каждым встречным, а с теми, от кого он зависит, на кого ориентируется, кто обеспечивает культурное, согласованное поведение. Именно эти моменты и входят в понятие ценность, идеал, культурный образец.

Итак, чтобы поставить себя в центр внимания других людей, так сказать, «повернуть мир на себя», нужно из себя сделать образец, идеал, ценность, вместо себя послать значимый для других персонаж. Спрашивается, как это сделать? С помощью искусства, конструирования особой реальности, моды. Действительно, став самостоятельной реальностью, искусство в широком смысле (включающее художественное и символическое воображение) способствовало тому, что человек научился видеть и переживать себя как особое произведение, играть разные роли, (красивой женщины, мастера карате, успешного человека и т. п.), стал способен «рассматривать себя глазами других. Все это позволяет ему рассчитывать на внимание других, и не просто внимание, а нужное отношение к себе – удивление, восхищение,

зависть и прочее, что и составляет сладость переживания в реальности моды.

Но ведь фактически человек при этом не становится образцом, ценностью, идеалом, – может заметить внимательный читатель. Но что значит реально. В современной культуре, особенно массовой, мы вполне удовлетворяемся ролями и имитацией жизни, давно уже не можем отличить подлинное от неподлинного и изображаемого. «Отныне, – пишет искусствовед Ж. Пенину, – уже не вещь отправляется на завоевание для себя рынков, а ее изображение. Общество решается на выбор вещи, все в меньшей степени считаясь с ее реальной ценностью и все в большей зависимости от того, как ее изображают»<sup>17</sup>. В массовой культуре все начинают играть роли и выставлять вместо себя маски: одни на волне моды изображают из себя красивых сильных, успешных и прочее, а другие играют роли тех, кто обращает на них внимание, ими восхищается, завидует им. Если человек беден как личность, если содержание его внутренней жизни заполняется заданными извне (ТВ и другие источники массовой информации) сюжетами, то для него важны лишь симулякры, то есть важно лишь то, чтобы тебя заметили и удивились. Именно это в вырожденном случае и становится событиями жизни человека массовой культуры. Но в общем случае, конечно, события более разнообразные.

Подумаем теперь, как реально протекает процесс выделения себя в процессах массовой коммуникации с помощью моды. При этом имеет смысл различить в моде рефлексированное, осознанное отношение. Действительно, в современной культуре немало людей сознательно стараются приобщиться к моде, то есть модно одеваться, модно жить. В свою очередь, промышленность и связанные с модой фирмы сознательно ориентируются на обслуживание таких потребителей. Одно из условий эффективности такого обслуживания – прогнозирование моды, но больше, конечно, программирование ее. Мы, например, постоянно слышим, что в следующем сезоне будут модными такие-то и такие-то цвета, фасоны, образы, автомобили и прочее. Все эти прогнозы основываются на известном факте – мода меняется, причем существуют некоторые закономерности подобных трансформаций. Так, всякая следующая мода должна отличаться от предыдущей, новая мода должна отвечать как неко-

<sup>17</sup> Пенину Ж. Взгляд и слово о предмете // Современная архитектура. 1965. N 5. С. 55-56.

торым общим тенденциям в культуре, так и запросам отдельных групп населения, определенное влияние на становление новой моды, безусловно, оказывают сознательные усилия заинтересованных специалистов (реклама, выброшенные на рынок образцы, наличие сознательно продвинутых модных групп, «законодателей моды» и прочее). Тем не менее, как и многие другие прогнозы в социальной сфере прогнозы моды сбываются нечасто. Поэтому опытными специалистами прогнозы моды рассматриваются не сами по себе, а как часть процедур программирования моды.

Итак, предположим, что ориентированный на моду представитель массовой культуры (модник) имеет желание реализовать себя в этой сфере. Содержанием такой реализации, как мы отмечали выше, является создание особой реальности, где индивид, попадает в желаемый мир и одновременно, как необходимое условие обретения такой реальности, делает себя центром притяжения, событием для остальных участников публичной коммуникации (для этого вместо себя он посылает образ, выступающий для участников публичной коммуникации в качестве образца и идеала). Мода как раз и обеспечивает оба названные условия: модные вещи, во-первых, позволяют обратить на себя внимание, во-вторых, создать нужный событийный ряд и переживания. Учтем теперь и такой момент: мода – феномен массовой культуры. Одно из направлений анализа последней – рассмотрение моды как *популяции* и *сообщества*.

Как сообщество, мода – это все те, кто ориентирован на моду, внимательно за ней следит, читает и смотрит передачи и журналы мод, именно посредством моды реализует себя как личность (но, естественно, и другими способами). Как популяция, мода – это сообщество, ориентированных на моду людей, которые своим поведением влияют друг на друга. Вот некоторая значимая для данной сферы группа (знаменитые люди, артисты и другие законодатели моды) начинает демонстрировать новую моду (и осознанно и неосознанно), то есть по-новому ведут себя, одеваются, заказывают и приобретают необычные вещи. При этом они сразу выделяются на фоне популяции. Если эти новшества совпадают с основными тенденциями, складывающимися в популяции (желанием сменить уже надоевшую моду, поскольку следование ей, не позволяет выделиться из толпы, ориентацией новых образцов на разрыв с существующей модой, открывающиеся при этом новые событийные возможности и др.), то остальные члены сообщества моды начинают идентифицировать себя с законодателями моды.

Другими словами, они отказываются от существующей моды и начинают следовать новой. Но новые образцы поведения становятся осознанными как новая мода, только в том случае, если сообщество моды в целом осознает тот факт, что *мода сменилась*. Нужно, конечно, взять в расчет и такое обстоятельство: в формировании новой моды участвуют не одна, а несколько групп законодателей моды. «Процесс формирования и распространения моды, по Г.Блумеру, проходит две фазы: инновацию и отбор. На первой фазе происходит предложение различных соперничающих между собой культурных образцов; на второй фазе все социальные группы осуществляют коллективный отбор, в результате которого одобренный образец становится общепризнанной нормой»<sup>18</sup>.

Все больше и больше членов популяции подключаются к новой моде, в результате новая мода завоевывает сообщество, но, как ни странно, ее победа оказывается пирровой. Следование большинства членов сообщества новой моде лишает возможности каждого ее участника реализовать себя через моду, поскольку уже не удастся выделиться на общем фоне, повернуть на себя взгляды сообщества, способствовать за счет этого формированию желаемой реальности. Окончательная победа новой моды совпадает в данном случае с началом процесса ее угасания. Но кризис данной моды есть условие становления следующей. «Развитие моды, – как верно отмечает А.Гофман, – носит циклический характер; сменяющие друг друга модные стандарты проходят стадии становления, массового распространения и упадка, выражающегося в уменьшении численности их приверженцев»<sup>19</sup>.

Прокомментирую данный кейс. Не буду отмечать сходство с двумя предыдущими кейсами, позволяющее утверждать, что мода – это коммуникация, технология и социальный институт. Акцентирую новое. Представленный материал можно интерпретировать следующим образом. Модник, выступая в роли публикатора, посылает для публики желаемый образ. При этом схемой в данном случае можно считать «модный предмет» (например, модную одежду). Публика впечатляется и обращает на модника внимание, тем самым она сама становится публикатором, посылая моднику определенный месседж (я на тебя смотрю, тобой восхи-

<sup>18</sup> Гофман А.Б. Мода. С. 289.

<sup>19</sup> Там же. С. 290.

**Политика и общество 9 (117) • 2014**

щаюсь и прочее). В определенном смысле подобный месседж тоже можно трактовать как схему, заданную жестами внимания и восхищения. Поскольку модник послал публике желаемый образ и получил от нее ответ, можно говорить о «самокоммуникации», цель которой – создание для себя нужной реальности. Учтем еще технологический и институциональный аспекты. Задачи производства и торговли склонить модника или следовать сложившейся моде или сменить моду, поскольку начинается новый цикл производства и торговли. С этой целью данные институты с помощью рекламы и других мероприятий (выставки моды, статьи и пр.) транслируют моднику соответствующие схемы, погружая его в нужную реальность.

Взаимодействие перечисленных здесь коммуникаций, как утверждалось выше, выливается в *циклы становления и функционирования* моды. Следовательно, мы можем сделать вывод, что складывается своеобразный природный (точнее, *социоприродный*) феномен – мода не только как продукт человеческой активности и деятельности, но и феномен социальности, обладающий естественными (в смысле второй или третьей природы) закономерностями. Возможно, это высший пункт развития коммуникаций. Начиная существовать в качестве социальной природы, коммуникация обнаруживает особенности своего функционирования и развития, которые уже могут изучаться и ставиться на службу социальной инженерии.

**Библиография:**

1. Гофман А.Б. Мода // Культурология. XX век. Словарь. Санкт-Петербург. 1997.
2. Луман. Н. Общество как коммуникативная система. ([http://mirslouvrei.com/content\\_fil/N-LUMAN-OBSHNESTVO-KAK-KOMMUNIKATIVNAJA-SISTEMA-12529.html](http://mirslouvrei.com/content_fil/N-LUMAN-OBSHNESTVO-KAK-KOMMUNIKATIVNAJA-SISTEMA-12529.html))
3. Наумов С.А. Публичные коммуникации как феномен нетрадиционного управления // *Философия управления: проблемы и стратегии / Российская академия наук, Институт философии; Отв. Ред. В.М. Розин. М.: ИФРАН, 2010.*
4. Пенину Ж. Взгляд и слово о предмете // *Современная архитектура. 1965. N*
5. Розин В.М. От панметодологии к методологии с ограниченной ответственностью // *Методология науки: проблемы и история. ИФ РАН. М., 2003.*
6. Розин В.М. Методология: становление и современное состояние. М., 2005.
7. Розин В.М. Введение в схемологию. Схемы в философии, культуре, науке, проектировании. М., 2011.
8. Розин В.М. Демаркация науки и религии. Анализ учения и творчества Эмануэля Сведенборга. М., 2007.
9. Розин В.М., Малявина С.А., Грязнова Ю.Б. Социальный проект как один из инструментов управления социальными процессами (на материале проекта «Донор») // *Философия управления: проблемы и стратегии.*
10. Тейлор Э. Первобытная культура. М., 1939.
11. Luhmann N. Sozial Systeme: Grundriss einer allgemeinen Theorie. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1984.
12. <http://becmology.ru/blog/phylosophy/constructivism02.htm>
13. <http://stanislavnaumov.ru/ch2/p3>
14. В.М. Розин Дискурсивные коммуникации и социальное нормирование // *Философия и культура. – 2012. – 11. – С. 20-28.*
15. Карпов В.В. Роль политической рекламы в деятельности органов государственной власти // *Политика и Общество. – 2014. – 5. – С. 585-597. DOI: 10.7256/1812-8696.2014.5.11747.*
16. Е. А. Тинякова Взаимосвязь социального и культурного развития общества через лингвистическую коммуникацию // *Культура и искусство. – 2011. – 5. – С. 43-47.*
17. В.А. Титов, В.Н. Лавриненко О действенных механизмах межкультурной коммуникации // *Философия и культура. – 2012. – 3. – С. 47-53.*
18. Богданова В.О.. Метаморфозы субъектности в конструктивистских моделях философствования // *Философия и культура. – 2013. – № 12. – С. 104-107. DOI: 10.7256/1999-2793.2013.12.7332*
19. Фельдман П.Я.. Концептуальные основы лоббистской деятельности в современной России // *Международные отношения. – 2014. – № 1. – С. 104-107. DOI: 10.7256/2305-560X.2014.1.10036*
20. Попов Е.А.. «Новый мировой зон» и социокультурная ситуация рубежа веков // *Филология: научные исследования. – 2013. – № 3. – С. 104-107. DOI: 10.7256/2305-6177.2013.3.8998*
21. Шалимов А.Б.. Диалектика социального и индивидуального в социальных сетях // *Психология и Психотехника. – 2013. – № 11. – С. 104-107. DOI: 10.7256/2070-8955.2013.11.10108*
22. Нагорная О.С.. Восточногерманские студенты в СССР 1950-60-х гг.: транснациональные пространства и социальные «сети» // *Исторический журнал: научные исследования. – 2013. – № 5. – С. 104-107. DOI: 10.7256/2222-1972.2013.5.9267*

23. Воронцова Е.А., Гарскова И.М.. Информационное обеспечение российской исторической науки в информационном обществе: современное состояние и перспективы // Исторический журнал: научные исследования. – 2013. – № 5. – С. 104-107. DOI: 10.7256/2222-1972.2013.5.9811
24. А.А. Блискавицкий. Символ и миф в философии Вячеслава Иванова // Философия и культура. – 2013. – № 7. – С. 104-107. DOI: 10.7256/1999-2793.2013.7.7024
25. Косоруков А.А.. Новые медиа как инструмент политической трансформации в современном мире // Международные отношения. – 2013. – № 3. – С. 104-107. DOI: 10.7256/2305-560X.2013.3.7594
26. М.В. Смирнова-Сеславинская. Проблема субъекта речи и межкультурной коммуникации в лингвоантропологическом исследовании меньшинств // Филология: научные исследования. – 2013. – № 2. – С. 104-107. DOI: 10.7256/2305-6177.2013.2.6785
27. А.С. Матвеев. Коммуникационная природа социального управления // Философия и культура. – 2013. – № 5. – С. 104-107. DOI: 10.7256/1999-2793.2013.05.7
28. Т.В. Владимирова. Сетевые коммуникации как новая «формула спасения» социального порядка // Национальная безопасность / nota bene. – 2013. – № 2. – С. 104-107. DOI: 10.7256/2073-8560.2013.02.16
29. О. Д. Балдина. Предметно-материальный мир народной культуры в сфере современной коммуникации: «контактные зоны» // Культура и искусство. – 2013. – № 1. – С. 104-107. DOI: 10.7256/2222-1956.2013.01.7
30. В.М. Розин. Дискурсивные коммуникации и социальное нормирование // Философия и культура. – 2012. – № 11. – С. 104-107

#### References (transliterated):

1. Gofman A.B. *Moda* // Kul'turologiya. KhKh vek. Slovar'. Sankt-Peterburg. 1997.
2. Luman. N. *Obshchestvo kak kommunikativnaya sistema*. ([http://mirslouvrei.com/content\\_fil/N-LUMAN-OBSHHESTVO-KAK-KOMMUNIKATIVNAJA-SISTEMA-12529.html](http://mirslouvrei.com/content_fil/N-LUMAN-OBSHHESTVO-KAK-KOMMUNIKATIVNAJA-SISTEMA-12529.html))
3. Naumov S.A. *Publichnye kommunikatsii kak fenomen netraditsionnogo upravleniya* // *Filosofiya upravleniya: problemy i strategii* / Rossiiskaya akademiya nauk, Institut filosofii; Otv. Red. V.M. Rozin. M.: IFRAN, 2010.
4. Peninu Zh. *Vzglyad i slovo o predmete* // *Sovremennaya arkhitektura*. 1965. N
5. Rozin V.M. *Ot panmetodologii k metodologii s ogranichennoi otvetstvennost'yu* // *Metodologiya nauki: problemy i istoriya*. IF RAN. M., 2003.
6. Rozin V.M. *Metodologiya: stanovlenie i sovremennoe sostoyanie*. M., 2005.
7. Rozin V.M. *Vvedenie v skhemologiyu. Skhemy v filosofii, kul'ture, nauke, proektirovanii*. M., 2011.
8. Rozin V.M. *Demarkatsiya nauki i religii. Analiz ucheniya i tvorchestva Emanuelya Svedenborga*. M., 2007.
9. Rozin V.M., Malyavina S.A., Gryaznova Yu.B. *Sotsial'nyi proekt kak odin iz instrumentov upravleniya sotsial'nymi protsessami (na materiale proekta «Donor»)* // *Filosofiya upravleniya: problemy i strategii*.
10. Teilor E. *Pervobytnaya kul'tura*. M., 1939.
11. Luhmann N. *Sozial Systeme: Grundriss einer allgemeinen Theorie*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1984.
12. V.M. Rozin *Diskursivnye kommunikatsii i sotsial'noe normirovanie* // *Filosofiya i kul'tura*. – 2012. – 11. – С. 20-28.
13. Karpov V.V. *Rol' politicheskoi reklamy v deyatelnosti organov gosudarstvennoi vlasti* // *Politika i Obshchestvo*. – 2014. – 5. – С. 585-597. DOI: 10.7256/1812-8696.2014.5.11747.
14. E. A. Tinyakova *Vzaimosvyaz' sotsial'nogo i kul'turnogo razvitiya obshchestva cherez lingvisticheskuyu kommunikatsiyu* // *Kul'tura i iskusstvo*. – 2011. – 5. – С. 43-47.
15. V.A. Titov, V.N. Lavrinenko *O deistvennykh mekhanizmax mezhkul'turnoi kommunikatsii* // *Filosofiya i kul'tura*. – 2012. – 3. – С. 47-53.
16. Bogdanova V.O.. *Metamorfozy sub'ektivnosti v konstruktivistskikh modelyakh filosofstvovaniya* // *Filosofiya i kul'tura*. – 2013. – № 12. – С. 104-107. DOI: 10.7256/1999-2793.2013.12.7332
17. Fel'dman P.Ya.. *Kontseptual'nye osnovy lobbitskoi deyatelnosti v sovremennoi Rossii* // *Mezhdunarodnye otnosheniya*. – 2014. – № 1. – С. 104-107. DOI: 10.7256/2305-560X.2014.1.10036
18. Popov E.A.. «Novyi mirovoi eon» i sotsiokul'turnaya situatsiya rubezha vekov // *Filologiya: nauchnye issledovaniya*. – 2013. – № 3. – С. 104-107. DOI: 10.7256/2305-6177.2013.3.8998
19. Shalimov A.B.. *Dialektika sotsial'nogo i individual'nogo v sotsial'nykh setyakh* // *Psikhologiya i Psikhotehnika*. – 2013. – № 11. – С. 104-107. DOI: 10.7256/2070-8955.2013.11.10108
20. Nagornaya O.S.. *Vostochnogermanskiiye studenty v SSSR 1950-60-kh gg.: transnatsional'nye prostranstva i sotsialisticheskie «seti»* // *Istoricheskii zhurnal: nauchnye issledovaniya*. – 2013. – № 5. – С. 104-107. DOI: 10.7256/2222-1972.2013.5.9267
21. Vorontsova E.A., Garskova I.M.. *Informatsionnoe obespechenie rossiiskoi istoricheskoi nauki v informatsionnom obshchestve: sovremennoe sostoyanie i perspektivy* // *Istoricheskii zhurnal: nauchnye issledovaniya*. – 2013. – № 5. – С. 104-107. DOI: 10.7256/2222-1972.2013.5.9811

**Политика и общество 9 (117) • 2014**

22. A.A. Bliskavitskii. Simvol i mif v filosofii Vyacheslava Ivanova // *Filosofiya i kul'tura*. – 2013. – № 7. – S. 104-107. DOI: 10.7256/1999-2793.2013.7.7024
23. Kosorukov A.A.. Novye media kak instrument politicheskoi transformatsii v sovremennom mire // *Mezhdunarodnye otnosheniya*. – 2013. – № 3. – S. 104-107. DOI: 10.7256/2305-560X.2013.3.7594
24. M.V. Smirnova-Seslavinskaya. Problema sub'ekta rechi i mezhkul'turnoi kommunikatsii v lingvoantropologicheskom issledovanii men'shinstv // *Filologiya: nauchnye issledovaniya*. – 2013. – № 2. – S. 104-107. DOI: 10.7256/2305-6177.2013.2.6785
25. A.S. Matveev. Kommunikatsionnaya priroda sotsial'nogo upravleniya // *Filosofiya i kul'tura*. – 2013. – № 5. – S. 104-107. DOI: 10.7256/1999-2793.2013.05.7
26. T.V. Vladimirova. Setevye kommunikatsii kak novaya «formula spaseniya» sotsial'nogo poryadka // *Natsional'naya bezopasnost' / nota bene*. – 2013. – № 2. – S. 104-107. DOI: 10.7256/2073-8560.2013.02.16
27. O. D. Baldina. Predmetno-material'nyi mir narodnoi kul'tury v sfere sovremennoi kommunikatsii: «kontaktnye zony» // *Kul'tura i iskusstvo*. – 2013. – № 1. – S. 104-107. DOI: 10.7256/2222-1956.2013.01.7
28. V.M. Rozin. Diskursivnye kommunikatsii i sotsial'noe normirovanie // *Filosofiya i kul'tura*. – 2012. – № 11. – S. 104-107