

УДК 1:316

ПРИРОДА СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА В РУСЛЕ ВОЗЗРЕНИЙ СОВРЕМЕННЫХ ЗАПАДНОЕВРОПЕЙСКИХ ТЕОРЕТИКОВ

Д.А. Клинкова, Е.Е. Михайлова, А.Н. Фащенко

ФГБОУ ВПО «Тверской государственный технический университет», г. Тверь

В статье анализируется природа социальной коммуникации информационного общества в русле воззрений западноевропейских теоретиков. Текстовый анализ позволил подвести под общий знаменатель ряд идей и концепций социальной коммуникации. Показано, как каждый автор по своему высвечивает новые грани проблематики социальной коммуникации в современном обществе. Найдена общая важная установка всех исследований: необходимым условием успеха социальной коммуникации является дискурсивная активность субъектов.

Ключевые слова: *информационное общество, социальная коммуникация, коммуникативное действие, консенсус, языковая игра.*

Изучение природы социальной коммуникации устойчиво находится в центре внимания представителей самых разных направлений социально-гуманитарного знания [4; 5; 9; 10; 11; 16; 17 и др.]. Необходимость осмысления новых подходов к пониманию особенностей природы социальной коммуникации и ее нормативных оснований связана с тем, что быстрое распространение современных информационно-коммуникативных технологий изменяет содержание и направленность межличностных связей, способствует созданию новых поведенческих установок и действий коммуникантов.

Понятие «информационное общество» в исследовательской среде является наиболее артикулируемым. Под таким понимается общество, которое сложилось за последние полстолетия. Главные критерии социокультурного развития этого периода связаны с процессом обмена информацией, имеющим знаково-символический характер и опирающимся на дискурсивные формы знания и нормативные основания.

Первый критерий информационного общества – *новое значение информации*: знание, как ее структурированная, осмысленная и оцифрованная часть, наполняется одновременно тройным смыслом – выступает в качестве власти, в качестве коммуникации и, что самое важное, становится ключевым ресурсом жизнедеятельности индивида и общества. Заметим, что такое значение знание приобрело постепенно. Сначала знание рассматривалось как товар. Известны слова Д. Белла о том, что «знание производится и будет производиться для того, чтобы быть проданным, оно потребляется и будет потребляться, чтобы обрести стоимость в новом продукте, и в обоих этих случаях, чтобы быть обменен-

ным». Ж.-Ф. Лиотар характеризует информационное общество как «кибернетическую машину, которая работает на информацию». С появлением интернет-коммуникаций о знании заговорили как о власти. По мнению Э. Тоффлера, знание является самым демократическим источником власти, поэтому «битва за контроль над знаниями и средствами коммуникации разгорается на всем мировом пространстве». В начале XXI в. изменение роли и значимости информации и знания повлекло за собой столь глубокие трансформации в обществе, что статус знания вырос до ключевого ресурса жизнедеятельности индивида и общества. Появляется своеобразная триада: знание-товар – знание-власть – знание-ключевой ресурс.

Второй критерий информационного общества – *революционное развитие техники и технологий*, повлекшее за собой качественные социокультурные изменения в жизни человека и общества. Сегодня мы живем в обществе, где важным ресурсом жизнедеятельности индивида и сообщества становится не просто информация, а *оцифрованная информация*, т. е. знания, организованные для использования в информационных сетях.

Третий критерий информационного общества – *сетевой формат* интернет-коммуникаций. Многообразие позиций и интересов индивида и целого сообщества усиливается мощностью информационно-технологических потоков и проявляется в новом, особом формате сетевых коммуникаций [4; 8, с. 20].

В контексте теории коммуникативного действия Ю. Хабермаса природа социальной коммуникации интерпретируется как рациональное явление, содержащее в себе возможность разумного диалога «всех со всеми», способного создавать платформу для общества гражданского согласия. Согласно Ю. Хабермасу, коммуникативное взаимодействие результирует в социальной и системной интеграции [18, с. 303]. Социальная интеграция предполагает соприсутствие индивидуальных и коллективных субъектов, осуществляющих общую для них деятельность в определенных пространственно-временных рамках. Системная интеграция включает в себя взаимодействие на базе укрепления нормативно-институциональных структур и ресурсов.

Для объяснения природы социальной коммуникации Ю. Хабермас оперирует такими понятиями, как «коммуникативное действие», «взаимопонимание» и «согласие». Коммуникативное действие предполагает, что индивиды взаимодействуют, чтобы «внутренне согласовать между собой планы своих действий и преследовать те или иные свои цели только при условии согласия относительно данной ситуации и ожидаемых последствий, которое или уже имеется между ними, или о нем еще только предстоит договориться» [18, с. 199–200]. В связи с этим один из основных тезисов немецкого исследователя звучит следующим образом: субъекты вступают в коммуникацию для того,

чтобы достигнуть согласия относительно обоюдных притязаний на значимость; эта процедура осуществляется посредством языка: именно благодаря «говорению» участники коммуникации соотносят свои представления о мире и координируют свои действия.

Коммуникативное действие координируется через акты взаимопонимания. Ю. Хабермас прямо определяет понятие коммуникативного действия как совокупность «актов взаимопонимания», которые способны связывать между собой планы действий различных участников и соединять их целенаправленные действия в «единую связную интеракцию». Процессы взаимопонимания нацелены на «достижение согласия», которое зависит от рационально мотивированного одобрения содержания того или иного высказывания. Взаимопонимание тем самым характеризуется как «договаривание», как «практика достижения согласия».

Если взаимопонимание является механизмом координации коммуникативного действия, то согласие – результатом обоюдного взаимопонимания. Ю. Хабермас убежден, что консенсус невозможно искусственно навязать другой стороне, что «к нему нельзя *обязать* соперника, манипулируя им: то, что явным образом производится путем внешнего воздействия, нельзя считать согласием» [18, с. 200]. Наделяя социальную коммуникацию свойством нравственного признания, Ю. Хабермас считает, что согласие является идеальной моделью языковой коммуникации, поскольку оно результирует общие убеждения всех участников.

Установка Ю. Хабермаса на обязательное достижение согласия с рациональной точки зрения выглядит убедительной, но при этом не лишённой противоречий. Положительный коммуникативный успех наблюдается в том случае, когда все участники разговора (акторы, в его терминологии. – *Авт.*) изначально настроены на обоюдное согласование своих целей и действий относительно «данной ситуации» и «ожидаемых последствий». Однако если вопрос о необходимости достижения согласия находится «за скобками» разговора, т. е. о нём еще только *предстоит договориться*, тогда переговоры могут зайти в тупик или вовсе прерваться. Повседневные и профессиональные представления отдельных индивидов, групп и целых сообществ отличаются такой многомерностью, что довольно трудно себе представить наличие постоянного внутреннего настроения всех коммуникантов на взаимное согласие.

В любом случае, значимость установки Ю. Хабермаса на коммуникативный *консенсус* не теряет своей актуальности и сегодня. Мир, сопряженный с конфронтацией, может и должен стремиться к согласию, достигнутому исключительно ненасильственным путем, с помощью аргументированного убеждения. Каждый участник социальной коммуникации должен быть готов к критике и самокритике, должен иметь равные дискурсивные возможности. Консенсус предполагает не только признание одной стороной значимости суждений другой, но и компро-

мисс, т. е. способность всех участников жертвовать частью своих собственных интересов ради принятия общего положительного решения.

Понятие коммуникативного действия, определяемое у Ю. Хабермаса как цепь бесконечных интеракций, ориентированных на согласие всех участников, имеет определенное внутреннее противоречие. Степень согласия, достигнутого участниками интеракции, может быть определена по-разному. Ю. Хабермас предлагает определять ее по принципу «принятие – неприятие». Наиболее эффективно такое выражение коммуникативного действия получается в дискурсе. Дело в том, что акты взаимопонимания, соединяющие целенаправленные действия в единую интеграцию, не могут быть обозначены как телеологическое действие. Процессы взаимопонимания нацелены на достижение согласия, которое является результатом рационального мотивированного одобрения содержания того или иного высказывания. Там, где присутствует манипулирование, не может идти речи о согласии; все, что явным образом производится путем внешнего воздействия, нельзя считать согласием. Согласие всегда покоится на убеждениях, осуществление которых, в свою очередь, формируется в ситуации действий и ситуации речи применительно к той или иной теме. Тема возникает в связи с интересами и целями участников интеракций, она показывает границы релевантности предметов. Индивидуальные планы действий каждого субъекта коммуникаций придают теме свой оттенок и определяют общую потребность во взаимопонимании, которая может быть удовлетворена в ходе интерпретации. В этом аспекте ситуация действия тождественна ситуации речи, в которой действующие лица попеременно играют коммуникативные роли говорящего, адресата и представителя аудитории. Такая система ролевых перспектив перекрещивается с системой мировых перспектив и ярко проявляется на фоне жизненного мира.

Доминирующие в социуме ценности, нормы, смыслы могут быть поняты, с одной стороны, как образующие интересубъективное концептуально-смысловое пространство, априорное по отношению к социальным практикам конкретных индивидов. С другой стороны, возможно акцентировать внимание именно на коммуникативных взаимодействиях, практиках индивидов, групп, сообществ, в ходе которых выкристаллизовывается, воспроизводится и модифицируется общее нормативно-смысловое, ценностное пространство, задающее горизонт социокультурной идентичности, самовыражения и деятельности индивидов и сообществ.

Определенные идеи, представления, соответствующие им установки, переживания, стереотипы, укореняясь в социуме, «материализуются» в институтах, практических обычаях и привычках. В таком виде они и оказывают формирующее влияние, в том числе на жизнь реальной политики и власти. И хотя непосредственно социально-политическая коммуникация может быть ориентирована на нечто такое, что могло бы

встретить возражение и еще нуждается в обсуждении, в ее структуре некоторым образом уже скрыты ценности и рамочные условия, определяющие саму возможность коммуникации. Зависимость от информационного потока минимизирует время принятия независимого решения, отсюда возникают сначала «сомнения в нормах», а затем и общий «дефицит рациональности» [19, с. 106–107, 116].

Будучи небесспорной, теория коммуникативного действия Ю. Хабермаса послужила импульсом для дальнейших разработок в этом направлении. Сегодня в среде исследователей наблюдается устойчивый интерес к проблематике коммуникативного действия: одни апеллируют к вопросам децентрации миропонимания субъекта интеракции, другие пытаются структурировать феномен коммуникации, выявить ее гуманистический смысл. Коммуникативные модели находят все более широкое применение при изучении жизни общества, при этом эффективным оказывается сотрудничество структурной лингвистики и теории информации, предоставляющих возможность применять структурные и информационные модели при описании культур.

Системный подход к пониманию природы социальной коммуникации предложен Н. Луманом. Он исходит из принципиально иной посылки: коммуникация есть часть социальной системы, поэтому она является собой результат способности общества к самореферентности и самовоспроизводству [13, с. 13, 130]. Он признает в качестве основания социальных связей само *наличие коммуникаций*, благодаря которому и порождается многовариативное информационное пространство с его многочисленными ситуациями выбора [14, с. 31].

По мнению Н. Лумана, современные массмедийные средства решают не просто задачу «управления вниманием», они «конструируют реальность современного мира и его общественную систему» [13, с. 120]. Три программные области массмедиа, в интенции немецкого исследователя, (новости/репортажи, реклама и развлечения) в процессе выработки информации открывают горизонт «самопорожденной неопределенности», расшифровка которой уже по своему определению зависит от все новых и новых сообщений. Ситуация самопорожденной неопределенности требует рефлексии, т. е. поиска смысла. Однако темп и необратимость потоков коммуникаций никогда не оставляют возможности достичь прежнего смысла, который первоначально был задан для понимания. Поэтому задача распознавания сообщений вновь и вновь повторяется: зритель/читатель/пользователь усваивают (сознательно и бессознательно) функции самонаблюдения, что требует постоянных инноваций. Именно таким видится Н. Луману коммуникативный механизм реализации властного воздействия массмедийными средствами на общество, которое приобретает в связи с этим способность к самореферентности и самовоспроизводству [13, с. 122–123, 130].

Н. Луман сопоставляет понятие «самореференции» и «инореференции». Для него самореференция олицетворяет «Я», само себя определяющее, выступающее в качестве наблюдателя, зрительской аудитории, а инореференция, наоборот, это «не Я», не наблюдаемое окружение. Рассматривая самореференцию и инореференцию общества сквозь призму массмедийной культуры, немецкий социолог задается вопросом, каким образом, взаимодействуя и влияя друг на друга, эти феномены порождают реальность? Почему в сознании современного человека реальность массмедиа выглядит как его собственная реальность?

Немецкий исследователь отвечает на указанные вопросы в духе кантовской терминологии: массмедиа производят «трансцендентальную иллюзию». При этом для самого человека различие самореференции и инореференции не может осуществляться во внешнем мире системы (ибо чем были бы тогда эти «сам» и «иной»), оно осуществляется внутри самой системы [13, с. 13–14].

Выявленное Н. Луманом сочетание способности человека или группы к самореференции и инореференции неизбежно специфицирует и другие показатели реальности жизненного мира человека. Так, пространство (внутреннее и внешнее) меняется местами, когда потребитель массмедийной продукции создает свое собственное пространство, в котором хочет существовать. Желание человека отличить риторику от сути буквально «тонет» в сильнейших визуально-пластических медийных эффектах. В считанные секунды тексты массмедийных сообщений (титры, твиты, репосты, комментарии) объединяют миллионы адептов по всей стране и даже по всему миру. Интерфейсы планшетов и смартфонов, кино- и телеэкраны, видеоигры и реклама, – все эти символические образы, нюансируя друг друга, создают многофокусную картину реальности, внутри которой корректируются представления людей и формируется общественное мнение.

Из сказанного видно, что если Ю. Хабермас интерпретирует природу социальной коммуникации преимущественно с дискурсивно-функциональных позиций, высвечивая специфику внутренней структуры языка, то Н. Луман подчеркивает внешние возможности описания систем управления коммуникацией. Функционирование коммуникации, по его мнению, определяется внешними по отношению к языку системными механизмами. В первую очередь это касается средств массовой информации.

Символизм природы социальной коммуникации оригинально трактует Ж. Бодрийяр. Согласно его взглядам, «гигантский процесс симуляции» заполняет все поля коммуникации «фантомным содержанием» [1, с. 281]. В разработанной им классификации символических продуктов информационного обмена исследователь выделяет симулякры (символические коды) первого, второго и третьего порядков. Историче-

ски самой ранней единицей обмена становится «подделка» как имитация копии. Второго рода симулякры складываются в условиях массового производства и рыночного закона стоимости, это – серийные вещи, имеющие множество дубликатов.

Говоря о природе современных симулякров, Ж. Бодрийяр развивает мысль о том, что знаковая среда находится в состоянии постоянного самопорождения и как таковая является первичной доступной субъекту реальностью (т. е. означаемое всегда порождается означающим). Поэтому современные симулякры – это знаки, утратившие прямую связь с означаемым их предметом и «живущие» самостоятельной жизнью. Символические коды выполняют роль сообщения двояко: или самостоятельно, или в комбинации с другими подобными знаками. Современные средства массовой информации, согласно Ж. Бодрийяру, основываются именно на симулякрах третьего порядка. Реальность проникает в представления современного человека в режиме прямой трансляции, обеспечиваемой радио- и телевидением, Интернетом. В пространстве аудио- и визуальных образов меняющаяся виртуальная временная динамика СМИ оказывается способной влиять на ритмику реальных социальных процессов [6].

Содержательно проблема «тотальной» вовлеченности в мир сетевых технологий предстает в другом, более глубинном свете: возникает опасность, когда студент не успевает за потоком информации, начинает бездумно хватать избыточные знания, стремительно рассеивающиеся по поверхности интерфейсов во всех направлениях. Такая коммуникативная ситуация, по выражению Ж. Бодрийяра, требует безостановочного темпа: «Тишина изгнана с экранов, изгнана из коммуникации» [2, с. 21]. Тишина, в его терминологии, символизирует отсутствие возможности рефлексии. В подобном случае процесс осмысления содержания информации, по сути, блокируется непрерывной процедурой вопросов/ответов. Скорость постановки вопросов так высока, что не способствует вдумчивому осмыслению, а скорее заставляет заниматься «дешифровкой» текста и безостановочно двигаться по гиперссылкам. Таким образом, цикл смыслообразования сокращается в сознании интернет-пользователя до размеров «вопрос/ответ», что, вопреки принципу майевтики, ведет не к появлению нового знания, а к постоянной «реактуализации» одних и тех же образов информации [15, с. 133].

В работах П. Бурдьё проблематика природы социальной коммуникации представлена с позиции анализа диспозиций участников коммуникации и частоты их коммуникационных практик. П. Бурдьё, так же как и другие исследователи, обращается к феномену социального пространства. В это понятие он включает не только расположение субъектов в реальном пространстве, но и их личностный мир. Дистанция между субъектами в социальном пространстве может быть не только социальной, но и физической. Индивиды создают повседневные коммуника-

ционные практики, через которые со временем начинают влиять на изменение самой социальной структуры. Для объяснения своей исследовательской позиции П. Бурдьё пользуется понятиями «габитус» и «поле». Габитус – это система диспозиций, которая структурирует практику поведения и общения людей. В это понятие включаются самые разные аспекты коммуникаций людей и их личностных свойств и состояний. Среди таковых исследователь называет способы оценивания и мышления, выработку вкуса, образ повседневной и деловой жизни, стиль и манеру поведения. Человек, будучи частью «габитуса», чувствует свою адекватность системе и одновременно «нормативную защищенность». Последние обстоятельства и становятся для него вектором, позволяющим оптимально реагировать на различные ситуации и ориентироваться в пространстве данной коммуникации.

Поле, по П. Бурдьё, это определённая, всегда структурированная совокупность социальных отношений; относительно замкнутый и автономный круг социальных коммуникаций. В этом контексте исследователь представляет общество как совокупность коммуникаций, разворачивающихся в определенной сфере. В своих работах он подробно анализирует «юридическое поле», «поле социальных наук», «экономическое поле», «политическое поле», «поле журналистики» и др. Каждое из полей, благодаря устойчивым диспозициям и частоте коммуникационных практик, демонстрирует и специфические типы перформативности, т. е. властного воздействия [3, с. 78].

Ж.-Ф. Лиотар, высоко оценивая исследование языковых игр Л. Витгенштейна, говорит, что он смог преодолеть стереотипы позитивистского мышления и нарисовал перспективу новой легитимации – перформативной. Именно с перформативностью, по мнению Ж.-Ф. Лиотара, имеет дело современное информационное общество. Ностальгия по утраченному повествованию с его попыткой согласовать факты и вывести на их основе некие закономерности – все это уже утраченная практика. Большинство исследователей признают, что «легитимация не может прийти ниоткуда, кроме их языковой практики и их коммуникационного взаимодействия» [12, с. 100–101].

Указывая на состязательный характер пространства языковых игр, Ж.-Ф. Лиотар продолжает анализировать значение их правил. На его взгляд, важными видятся два тезиса: 1) правила не содержат в себе собственно легитимацию, но составляют предмет соглашения – явного или неявного – между игроками (что, однако, не означает, что эти последние создают правила); 2) если нет правил, то нет и игры; даже небольшое изменение правила меняет природу игры, а «речевой прием», неудовлетворяющий правилам, по сути, не принадлежит этой игре [12, с. 32]. Не без доли очевидности французский теоретик рассуждает о том, что играть можно не только для того, чтобы выиграть [12, с. 33]. «Говорение» в широком смысле этого слова (обращение, диалог, дис-

куссия и др.) как непрерывное воспроизводство оборотов, слов, смыслов может доставлять «удовольствие», которое, впрочем, нередко ассоциируется с чувством успеха, «вырванного у противника», и зависит от силы коннотации языка аудитории.

В работе «Состояние постмодерна» он отстаивает суждение, прямо противоположное позиции Ю. Хабермаса: в основе коммуникации-игры лежит не согласие, а наоборот, разногласие. Языковое пространство Ж.-Ф. Лиотар видит эффективным способом реализации социально-политических отношений. Он пишет: «...говорить – значит бороться – в смысле играть; языковые акты показывают общее противоборство» [12, с. 160]. Борьба в такой игре ведется не насильственными способами, а регулируется установленными правилами. Побеждает тот, кто владеет речевыми приемами, чей язык выстраивается на основе двух систем правил – «режимов предложений» и «жанров дискурса». Режимы предложений – это правила построения предложений, которые устанавливаются в соответствии с типами определенной деятельности, например: познание, описание, размышление, вопрошание, повествование, приказание, демонстрация и др. Жанрами дискурса называются правила соотношения предложений в «общую цепочку» для реализации тех или иных целей.

Особое внимание Ж.-Ф. Лиотар уделяет природе возникновения конфликта в речевой коммуникации. Когда возникает конфликт между режимами предложений, то чаще всего приходится отдавать предпочтение одному из них. Такой выбор опасен неизбежной несправедливостью по отношению к другим дискурсам. Подобную конфликтную ситуацию внутри одного жанра исследователь считает возможным разрешить посредством так называемой «судебной процедуры», т. е. внешней экспертизы. Другое дело – разногласия между жанрами дискурса. На взгляд Ж.-Ф. Лиотара, они неразрешимы в силу разнородной совокупности конфликтующих языковых правил. Поэтому между двумя жанрами дискурса всегда должно сохраняться что-то общее, что не давало бы повода для самого факта возникновения непреодолимого конфликта. Случаются и крайние ситуации, когда трудно прийти к единству, поскольку природа режимов предложений и жанров дискурса гетерогенна. Тогда возникают «разрывы в языковом континууме» [12, с. 157].

Главной задачей участников социальной коммуникации, по мнению Ж.-Ф. Лиотара, должно быть стремление избегать такой позиции, когда один жанр дискурса стремится подчинить себе все прочие. Показательно в этом смысле использование языка в качестве инструмента властного воздействия: если власть в коммуникативной среде стремится подчинить себе все остальные дискурсивные практики, то возникает опасность тотального доминирования одного-единственного дискурса. Французский философ не отрицает полностью идею Ю. Хабермаса о возможности достижения консенсуса путем аргументации неких «кол-

лективных субъектов». Его суждения о консенсусе локализируются в сфере «говорения» конкретных партнеров. Следовательно, консенсус может считаться легитимным только при соблюдении трех важных условий: во-первых, он должен быть достигнут на основе правил, определяющих данную конкретную игру; во-вторых, он должен быть достигнут ныне действующими партнерами; в-третьи, консенсус не достигается раз и навсегда, всегда должна оставаться возможность расторжения договора, но только этими же акторами коммуникации [1, с. 157].

Резюмируя итоги исследований, раскрывающих природу социальной коммуникации, можно заметить, что все они базируются на трех методологических подходах. Первый подход нацелен на выявление системных связей и функций. Второй подход связан с изучением проблем межличностных отношений. Этот подход базируется на теории коммуникативного действия Ю. Хабермаса, который рассматривает межчеловеческие «интеракции» как инструмент реализации практических интересов людей. Третий подход, основным разработчиком которого является Н. Луман, позволяет рассматривать общество как сеть коммуникаций, которая оказывается способной создавать возможности для самоописания общества.

Текстовый анализ исследований природы социальной коммуникации позволяет подвести под общий знаменатель следующие идеи и концепции западноевропейских теоретиков.

Н. Луман считает, что социальная коммуникация есть часть социальной системы, поэтому акторы коммуникации способны к самореференции и самовоспроизводству социальных практик.

В теории Ю. Хабермаса важна концепция того, что социальная коммуникация является собой взаимодействие субъектов на основе взаимопонимания и согласия, «дискурсивного волеизъявления, в его терминологии.

В русле рассуждений Ж.-Ф. Лиотара социальная коммуникация рассматривается как дискурсивная игра, в которой возможны «разрывы в языковом континууме»; и этот конфликт можно решить с помощью внешней экспертизы.

Ж. Бодрийяр выдвигает идею о том, что в современном информационно-сетевом обществе возникает новая коммуникативная ситуация, требующая безостановочного темпа, и это минимизирует возможности рефлексии.

Каждый исследователь по-своему высвечивает новые грани проблематики социальной коммуникации. Так, Ю. Хабермас и Н. Луман раскрывают различные аспекты природы современной коммуникации: «функциональный» – «содержательный», а Ю. Хабермас и Ж.-Ф. Лиотар по-разному рисуют механизм коммуникативного действия: «согласие» – «разногласие». У каждой теории есть свои достоинства. Например, в качестве нормативного основания социальной коммуника-

ции у Ю. Хабермаса убедительно выглядит рациональность коммуникативного действия, а у П. Бурдьё – характер диспозиции участников внутри «поля». При этом ни одна теория не претендует на идеальную модель. Так, Ю. Хабермас рассчитывает исключительно на рациональное согласие, оставляя «за скобками» иррациональные, интуитивные, бессознательные, мифологические и другие свойства «высказывания» участников диалога, а П. Бурдьё оставляет «открытым» вопрос о механизме взаимосвязи самих «полей» общения.

Перечисленные подходы, взятые для изучения природы социальной легитимации, объединяет одна важная позиция: все исследователи указывают на то, что необходимым условием успеха социальной коммуникации в целом является личная или групповая дискурсивная активность субъектов. Изменение условий жизни всегда требует и соответствующей перестройки способов межлического общения. Поэтому в условиях современного типа информационного общества природа социальной коммуникации приобретает характер многомерных *дискурсивных связей*, циркулирующих чаще всего в *сетевом* формате.

Исходя из этого, приоритетными нормативными основаниями социальной коммуникации видятся такие принципы, как признание значимости воззрения партнера по диалогу и, наоборот, готовность признать возможность ошибочности собственной позиции; рациональный характер диалога; принципиальная «переводимость» партнера по диалогу (взаимопонимание); плюрализм коммуникационных практик; толерантность по отношению ко всем участникам коммуникации.

В перспективе философского анализа отчетливо выявляется недостаточность рассмотрения природы социальной коммуникации исключительно как рационального явления, содержащего в себе возможность разумного диалога «всех со всеми» и способного создавать платформу для общества гражданского согласия. Сетевой тип информационного общества сопряжен с беспрецедентными скоростями потоков информации, что создает эффект «размывания» знания, нормы и ценности которого не успевают прочно отложиться в сознании индивида или группы, приобретают незавершенные формы, быстро устаревают или поглощаются новыми представлениями.

Таким образом, природу социальной коммуникации следует определить через ряд ключевых характеристик, среди которых: взаимопонимание и согласие в основе взаимодействия субъектов; способность акторов коммуникации к самореференции и самовоспроизводству социальных практик; возможность разрешать конфликты в речевой коммуникации с помощью внешней экспертизы для того, чтобы минимизировать «разрывы в языковом континууме». Главным видится тезис о том, что природа социальной коммуникации приобретает исключительно дискурсивный характер. Это – процесс, в котором все участники ком-

муникации действуют с осознанием того, что картина действительности рождается сквозь призму их диалогических отношений.

Список литературы

1. Бодрийяр Ж. Соблазн: пер. с фр. М.: Ad Marginem, 2000. 318 с.
2. Бодрийяр Ж. Прозрачность зла: пер. с фр. М.: Добросвет, 2006. 285 с.
3. Бурдые П. Социальное пространство: поля и практики: пер. с фр.; отв. ред. перевода, сост. и послесл. Н.А. Шматко. М.: Институт экспериментальной социологии. СПб., 2005. 228 с.
4. Глазунова С.А. Общество сетевых коммуникаций: возможности для развития экономики // Власть. 2012. № 12. С. 37–39.
5. Губман Б.Л. Современная философия культуры. М.: РОССПЭН, 2005. 515 с.
6. Гуревич П.С. Социальный хаос в толковании Ж. Бодрийяра // Философия и культура. 2013. № 8. С. 1043–1046.
7. Дёмина Л.А. Мораль, право и международный правопорядок в теории дискурса Юргена Хабермаса // История государства и права. 2014. № 6. С. 20–26.
8. Клинкова Д.А., Фашенко А.Н. Дискурсивные возможности информационного общества // Искусственный интеллект: междисциплинарные исследования: Материалы VIII Всерос. конф. студ., асп. и молодых ученых. (Москва, 20–22 нояб.) М.: Радио и связь, 2014. С. 128–133.
9. Ковалева Е.О. IT-технологии в контексте конфликта поколений // Искусственный интеллект: междисциплинарные исследования: Материалы VIII Всерос. конф. студ., асп. и молодых ученых. (Москва, 20–22 нояб.) М.: Радио и связь, 2014. С. 134–138.
10. Козлов С.В. О концептуальном анализе понятия «легитимность» // Вестник Тверского государственного университета. Серия «Философия». 2014. № 1. С. 26–34.
11. Косарская Е.С. К вопросу о типологии сетевой структуры // Искусственный интеллект: междисциплинарные исследования: Материалы VIII Всерос. конф. студ., асп. и молодых ученых. (Москва, 20–22 нояб.) М.: Радио и связь, 2014. С. 139–144.
12. Лиотар Ж. Состояние постмодерна: пер. с фр. СПб.: Алетейя, 1998. 160 с.
13. Луман Н. Реальность массмедиа: пер. с нем. М.: Праксис, 2005. 256 с.
14. Луман Н. Понятие общества // Проблемы теоретической социологии / под. ред. А.О. Бороноева. СПб.: ТОО «ТК Петрополис», 1994. С. 25–42.

15. Михайлова Е.Е. Философия в образовательном пространстве информационного общества // Вестник Тверского государственного университета. Серия «Философия». 2014. № 1. С. 83–87.
16. Рассадин С.В. Дискурс «социального»: властные интенции механизмов описания // Власть. 2012. № 6. С. 78–81.
17. Рубцова Н.Е. Структура психологического пространства профессионального труда в современной России // Человеческий фактор: Проблемы психологии и эргономики. 2014. № 1 (68). С. 29–32.
18. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие: пер. с нем. СПб.: Наука, 2006. 379 с.
19. Хабермас Ю. Проблема легитимации позднего капитализма: пер с нем. М.: Праксис, 2010. 264 с.

THE NATURE OF SOCIAL COMMUNICATION OF THE INFORMATION SOCIETY IN THE HERITAGE OF CONTEMPORARY WESTERN THEORISTS

D.A. Klinkova, E.E. Mikhailov, A.N. Fashchenko

Tver State Technical University (Tver)

The article examines the nature of social communication in the information society in the heritage of the leading contemporary Western theorists. The text analysis has allowed to find a common basis for a number of ideas and concepts of social communication that are popular today. Simultaneously, it reveals how each author in his own way highlights new facets of social communication in the information society. In this perspective, the basic platform of their approaches is revealed: the necessary condition for the success of social communication is the discourse activity of the subjects.

Keywords: information society, social communication, communicative action, consensus, language game.

Об авторах:

КЛИНКОВА Диана Анатольевна – аспирант кафедры психологии и философии ФГБОУ ВПО «Тверской государственный технический университет», Тверь. E-mail: diana_klinkova@mail.ru

МИХАЙЛОВА Елена Евгеньевна – доктор философских наук, профессор, профессор кафедры психологии и философии ФГБОУ ВПО «Тверской государственный технический университет», Тверь. E-mail: mihaylova_helen@mail.ru

ФАЩЕНКО Алина Николаевна – кандидат философских наук, доцент кафедры социологии и социальных технологий ФГБОУ ВПО «Тверской государственный технический университет», Тверь. E-mail: linaparis@yandex.ru

Author information:

KLINKOVA Diana Anatolyevna – Ph.D. student, Depart. of Psychology and Philosophy, Tver State Technical University, Tver. E-mail: diana_klinkova@mail.ru

MIKHAILOVA Elena Evgenievna – Ph.D., Professor, Depart. of Psychology and Philosophy, Tver State Technical University, Tver. E-mail: mihaylova_helen@mail.ru

FASHCHENKO Alina Nikolaevna – Ph.D., Assoc. Professor, Department of Sociology and Social technologies, Tver State Technical University, Tver. E-mail: linaparis@yandex.ru