

## СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК МНОГОМЕРНЫЙ ФЕНОМЕН

*В статье рассматривается феномен социальной коммуникации, анализируется его многозначность. Даются также различные трактовки понятия «социальная коммуникация» в контексте наиболее известных социокультурных концепций.*

**Ключевые слова:** коммуникация, социальная коммуникация, философия, феномен, информация, типы социокommunikации, функции социокommunikации.

**Домніч С. П. Соціальна комунікація як багатомірний феномен.** *У статті розглядається феномен соціальної комунікації, аналізується його багатозначність. Також надані різні трактовки терміну «соціальна комунікація» в контексті найбільш відомих соціокультурних концепцій.*

**Ключові слова:** комунікація, соціальна комунікація, філософія, феномен, інформація, типи соціокомунікації, функції соціокомунікації.

**Domnich S. P. Social communication as a multilevel phenomenon.** *The article deals with the phenomenon of social communication. The author analyzes its polysemanticism and examines various interpretations of social communication in the context of the most well-known concepts.*

**Key words:** communication, social communication, philosophy, phenomenon, information, types of social communication, functions of social communication.

Социальная коммуникация является предметом анализа: социологии, психологии, лингвистики, этнографии, технических дисциплин. Однако в структуре философского знания социальная коммуникация обрела свой статус недавно – в конце XX века. Рассматривая социальную коммуникацию как социальное явление и духовное образование, в современной научной литературе представлены ее различные дефиниции. В связи с этим возникает необходимость интеграции отдельных концепций и положений, раскрывающих различные стороны феномена социальной коммуникации, и обоснования ее новой парадигмы, которая смогла бы стать фундаментом для дальнейших исследований, что является весьма *актуальным*. Актуальность обусловлена также коммуникативным поворотом в современном гуманитарном знании.

Под «коммуникацией» понимаются способы общения, позволяющие передавать и принимать разнообразную информацию; средства сообщений (транспортные коммуникации) [6]. Такая формулировка определения коммуникации является общенаучной и до настоящего времени остается нечетко концептуализированной. Ее не следует приравнивать к определению «социальной коммуникации». Поэтому возникает потребность в раскрытии генезиса феномена социальной коммуникации, его причинно-следственных связей развития, а также поддерживающих его существование функциональных механизмов. Изучение социальной коммуникации как социально-философского феномена подошло к стадии, которая требует именно такого подхода.

*Целью данной статьи* является рассмотрение основных направлений теоретического анализа социальной коммуникации как многомерного феномена.

Исследованием феномена социальной коммуникации занимались: Т. Лукман, П. Бергер, Ю. Хабермас, Л. Витгенштейн, Дж. Остин, Дж. Серль, М. М. Бахтин, Н. Л. Арутюнова, Р. Фаулер, Г. Кресс, Н. Луман, Д. Белл, А. Тоффлер, П. Вундерлих, М. Хэллидей, Ю. Н. Караулов, В. В. Петров и др.

Интересные положения высказаны М. Маклюэном в работе «Галактика Гутенберга» (1962). Из последних изданий также следует выделить монографии Н. Лумана, В. П. Конецкой, И. П. Яковлева, А. В. Соколова, в работе которого поднимается вопрос о необходимости создания метатеории социальной коммуникации, а также публикации В. В. Миронова, А. Кармина, В. Г. Федотовой, А. А. Григорьева, В. С. Степина, М. Блюменкранц, Т. Качераускас, В. В. Васильковой, Ф.И. Шаркова, У. Матурана и Ф. Варела и др.

Используя описательные определения и трактовки разных наук, попытаемся определить, какова философская интерпретация понятий «коммуникация» и «социальная коммуникация», в чем их тождество и различие.

В технических дисциплинах под «коммуникацией» понимаются возможности и способы передачи, обработки и хранения информации, создание специальных кодов – систем определенных символов и правил, при помощи которых можно представить необходимую информацию. В прикладных исследованиях акцентируется внимание на интерпретации коммуникации как диалоговой системы типа «человек-компьютер». В связи с таким подходом обращается внимание на анализ информационных данных.

Этнография рассматривает «коммуникацию», исходя из культурологических особенностей этнических ареалов. Психология и психолингвистика освещают факторы, способствующие передаче и восприятию информации, причины, затрудняющие процесс межличностной и массовой коммуникации, а также мотивировку речевого поведения коммуникантов.

Лингвистика занимается проблемами вербальной коммуникации (нормативное и ненормативное употребление слов и словосочетаний в речи – устной и письменной, диалогической и монологической). Паралингвистика специализируется на способах невербальной коммуникации – жестах, мимике и других несловесных коммуникативных средствах. Социолингвистика исследует проблемы, связанные с социальной природой языка и особенностями его функционирования в различных социумах, а также механизм взаимодействия социальных и языковых факторов, обуславливающих контакты между представителями различных социальных групп. Для социолога важно исследование коммуникации как социально обусловленного процесса, в рамках которого формируются индивидуальные и групповые установки речевого поведения. В социологии коммуникации вместе с межличностной коммуникацией, всесторонне изучается массовая коммуникация, которая влияет на формирование общественного мнения, т.е. отношения к социальным реалиям и ценностям.

Следует отметить, что в различных интерпретациях понятия «коммуникация» в выше приведенном анализе так или иначе используется одна и та же доминанта: передача и восприятие информации. С фи-

лософской точки зрения не отрицаются такие общенаучные подходы к пониманию «коммуникации», но в отличие от них философское понимание связано с сущностью самой социальной философии и социальной реальностью.

Социальная философия исследует, прежде всего, социальную реальность. Таковым в наши дни является информационное общество, где главными компонентами выступают информация и коммуникация. Поэтому их взаимосвязь, как известно, и отразилась в трактовке «коммуникации»: 1) средство связи любых объектов материального и духовного мира; 2) процесс общения, в ходе которого люди обмениваются информацией; 3) передача и массовый обмен информацией с целью воздействия на общество и его составные компоненты [8, с. 53].

Но такая интерпретация «коммуникации» в определенной степени повторяет общенаучный подход, и не отражает специфику философского понимания «коммуникации».

Что же касается «социальной коммуникации», то тут также нет единодушного признания. Дело в том, что социальная коммуникация зарождалась на основе технической метафоры передачи (обмена) информации, пришедшей из информатики и кибернетики и предполагающей информацию как нечто внешнее по отношению к взаимодействующим субъектам и определяющее их действия. Подтверждением тому могут служить следующие определения социальной коммуникации:

1) «Социальная коммуникация – социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации в условиях межличностного и массового общения по разным каналам при помощи различных коммуникативных средств» [3, с. 9];

2) «Социальная коммуникация – социокультурное взаимодействие между людьми посредством знаков, размещаемых в презентационных, репрезентационных и электронно-механических носителях» [9, с. 18];

3) «Социальная (human) коммуникация – осознанный или неосознанный, с намерением или без намерения процесс, в котором чувства или идеи выражаются в вербальных или невербальных сообщениях на внутриличностном, межличностном и общественном уровнях» [1, с. 5].

В приведенных определениях «социальной коммуникации» видно, что ее истоки связаны с действиями технических информационных устройств. Легко заметить, что использование терминов «канал», «процесс передачи и восприятия», «электронно-механические носители», «процесс» и др. сопрягаются с социологическим делением субъектного взаимодействия по уровням коммуникации. Это обусловлено тем, что именно информационные технологии стимулировали появление тех социальных процессов и явлений, онтологию которых изучает социология коммуникаций [2]. Хотя следует отметить, что есть и другие точки зрения на определение социальной коммуникации. Так, исследователь А.В.Соколов определяет «социальную коммуникацию как движение смыслов в социальном пространстве и времени» [7, с. 222], которое существует в реальной действительности независимо от каких-либо наук. Он подчеркивает, что движение смыслов в социальном пространстве и времени возникло естественным путем в ходе становления и развития человечества (антропогенеза), оно является, как считают философы, онтологически объективным. Исследователь также приходит к такому выводу, что именно «философия должна взять на себя роль посредника, обеспечивающего сотрудничество между разными обособленными формами познания», поскольку «всякое сотрудничество есть коммуникация, отсюда – приоритет коммуникационной проблематики в западной философии второй половины XX века» [7, с. 226].

Философское осмысление «коммуникационного направления», раскрывающее разные грани социальной коммуникации, представлено в аналитической философии (философия анализа языка или лингвистическая философия) – Л. Витгенштейн, Р. Карнап, Дж. Мур, Дж. Остин, У. Куайн; в философской герменевтике – Г. Г. Гадамер, Э. Бетти, П. Рикер, Л. Парейсон, Дж. Виттимо; в экзистенциализме – К. Ясперс, Ж.-П. Сартр, М. Мерло-Понти, Г. Марсель; в диалогическом персонализме – М. Бубер, Э. Левинас; в структурализме (лингвистический структурализм) – Н. Трубецкой, Р. Якобсон; в антропологическом структурализме – К. Леви-Стросс, Л. Леви-Брюль, (структурализм истории, «археология знания», раскрывающая механизм социальной памяти (М. Фуко); бессознательное, структурированное как язык (Ж. Лакан); в эпистемологии (учение о научном познании) – научные революции (Т. Кун), критический рационализм К. Поппера с идеями «фальсификации научного знания» и «миром объективного знания»; в теории символических форм Э. Кассирера, сводящей философию культуры к философии символизма; также в семиотических разработках Ч. Морриса; в теории коммуникативного действия Ю. Хабермаса (80-е гг.), где утверждается, что коммуникативное поведение, рассчитанное на достижение взаимопонимания между людьми – единственный путь к разрешению социальных, национальных, культурных конфликтов, к самореализации личности, к противостоянию поработочающей человека власти; в технологии социальной коммуникации (электронная коммуникация) – М. Маклюэн [5]; в медиа комму-

никациях – Н. Луман [4]. Коммуникационная проблематика связана и с математической наукой – теорией информации К. Шеннона.

Таким образом, этот довольно богатый и разнообразный по разработанности и научному статусу познавательный материал помогает раскрыть содержание общенаучных категорий социальной коммуникации, но не дает обобщающего учения, метатеории, которая нарушила бы отраслевую замкнутость научных комплексов и подкомплексов и обеспечила бы обмен идеями, методами, достижениями и затруднениями между ними. В настоящее время, как отмечает А. В. Соколов, созрели условия для формирования обобщающей метатеории социальной коммуникации, объектом которой являются все виды, уровни, формы, средства и технологии социальной коммуникации в целом, а предметом – знание о социальной коммуникации, полученное частными дисциплинами.

«Метатеория социальной коммуникации, обобщающая закономерности развития социально-коммуникационных явлений, обладает прогностическим потенциалом. Этот потенциал образуется благодаря раскрытию эволюции общественных коммуникационных систем на различных стадиях развития человеческой культуры. В настоящее время происходит смена стадии неокультуры стадией постнеокультуры. Эта смена представляет собой социально-культурную революцию, сущность которой состоит, во-первых, в переходе от индустриального способа производства к постиндустриальному, во-вторых, в переходе от книжной культуры к культуре мультимедийной (информационной)» [7, с. 229].

Итак, можно сделать вывод о том, что социальная коммуникация сама не природна, хотя связана с социальным бытием. Она возникла под влиянием стиля мышления людей на основе алгоритмизации языка в процессе глобальной компьютеризации всего человечества в единую информационную систему.

Социальная коммуникация – неотъемлемая часть культуры, эволюция человеческой культуры и в то же время социально-коммуникационная эволюция. Сегодня социальная коммуникация стала доминирующим фактором современной цивилизации. Хотя «до сих пор не определены существенные характеристики социальной коммуникации, то есть собственно социокоммуникативные категории, обусловленные социологическими и коммуникативными факторами» [3, гл. II, с. 1].

Попытаемся описать наиболее существенные, постоянно действующие факторы, обуславливающие важнейшие характеристики социальной коммуникации, т. е. доминанты социокоммуникации. Под доминантой социокоммуникации понимается характеристика социокоммуникации, которая нормативно закреплена в речевом этикете и имеет статус категории.

Рассматривая социокоммуникацию, выделяют различные ее типы: межличностная (мотивационная), внутригрупповая (ограниченная), массовая (по степени репрезентативности аудитории); устная и письменная (по форме); вербальная и невербальная (по каналу передачи и восприятия информации); официальная (формальная) и неофициальная (по источнику сообщения).

Социальная коммуникация основывается на трех основных базовых функциях общей коммуникации – информационной, прагматической и экспрессивной. Хотя необходимо отметить, что в рамках этих базовых функций выделяются частные специализированные функции, которые актуализируются при помощи разнообразных коммуникативных средств в конкретных речевых актах, которые всегда социально ориентированы. Так эти специализированные функции социальной коммуникации можно обобщить в следующие группы: контактоустанавливающая, функция самопрезентации, апеллятивная, побудительная, волеизъявительная, регулирующая, ритуальная и перформативная [3, гл. II, с. 11].

Контактоустанавливающая (фактическая) функция – наиболее типичная для социальной коммуникации, потому что от ее актуализации зависит успех коммуникативного замысла. Эта функция реализуется в устной и письменной формах коммуникации при помощи стереотипных вербальных высказываний и невербальных средств. Именно «вводный абзац» (письменная речь) или «вводное высказывание» - «дискурс» (устная речь) важны на этом этапе коммуникации, т. к. только от них зависит контакт с аудиторией, поэтому необходимо выбрать такие коммуникативные средства, которые выражали бы специальную ориентацию говорящего и тональность его дискурса.

Функция самопрезентации актуализируется в ситуациях, когда говорящий намеренно или ненамеренно, сознательно или бессознательно создает свой образ, который может соответствовать или не соответствовать его социальному статусу и коммуникативной роли. При актуализации самопрезентации значительное место занимают невербальные средства – фонационные и кинесические. Как невербальные, так и вербальные средства могут передавать информацию о социальном статусе индивида с точки зрения его демографических характеристик, территориальной принадлежности, образования и т. д. При самопрезентации проявляется и ценностная ориентация говорящего и его самооценка.

Апеллятивная функция (функция обращения) обусловлена четкой социальной ориентацией. Мы обращаемся по-разному к людям с разным социальным статусом, дифференцированно используем как формы имени, так и обращения. Здесь одновременно могут быть использованы и вербальные, и невербальные

средства. Являясь универсальной функцией, обращение имеет свои особенности выражения в разных культурно-генетических формах.

Побудительная функция состоит из множества специализированных функций, обусловленных коммуникативной установкой (побудить коллегу (партнера) выполнить какое-либо действие или совершить поступок). Эта функция актуализируется в обиходно-бытовой сфере коммуникации при помощи эксплицитных средств выражения, которые выбираются в зависимости от статусно-ролевых отношений коммуникантов. Также могут быть использованы и импликационные средства, в большинстве случаев – фонационные (тон, громкость голоса, паузы и т. д.)

Волеизъявительная функция связана с побудительной функцией, но носит всегда эксплицитный характер, т.к. предполагает непосредственное воздействие со стороны индивида, имеющего более высокий статус или роль (ректор, судья, командир, президент и т.п.) Эта функция актуализируется в таких речевых актах, как распоряжения, приказы и т.п. Важно отметить, что отличительной чертой данной функции в плане выражения является весьма ограниченный выбор стереотипных высказываний. Экспрессивную функцию коммуникации при этом выполняют невербальные средства из-за невыразительности вербальных.

Регулирующая функция играет важную роль в социальной ориентации коммуникантов, т.к. используются такие формы коммуникации как беседа, обсуждение проектов, заключение контрактов, дискуссия и т.д. Данная функция актуализируется эксплицитно, обычно в официальных ситуациях при помощи вербальных средств в стереотипных высказываниях. В неофициальных ситуациях, при межличностном общении регулирующая функция может актуализироваться имплицитно, чтобы отвлечь внимание собеседника и т.п. Для этого используются жесты, паузы и т.п. Регулирующая функция как бы двунаправлена – на партнера и на себя. Специфика этой функции заключается в ее динамизме, что объясняется изменением ситуации, введением новой информации и т. п.

Ритуальная (магическая) функция возникла и сформировалась как особый вид коммуникативного взаимодействия и воздействия в ритуалах, связанных с официальными церемониями, религиозными обрядами, поверьями и суевериями (иногда называют магической) и оказалась устойчивой. Она выражается при помощи вербальных и невербальных средств, которые актуализируются в речевых формулах. Данная функция имеет социальную ориентацию, т.к. предполагает соблюдение норм речевого поведения согласно «обычаю». Эта функция универсальна, имеет ярко выраженную национальную специфику в способах выражения, которые обусловлены историко-культурологическими факторами развития общества, нации, этноса.

Перформативная функция (лат. *performato* – «действую») связана с ритуальной функцией, т.к. они имеют стереотипные ситуации и установки коммуникации. Специфическими чертами этой функции являются сообщения информации о совершаемых действиях и тем, что высказывание и совершаемое действие эквивалентны. («Благодарю Вас!», «Я клянусь!», «Извините» и др.) Это означает, что без высказывания нет действия. Такие высказывания ограничены социальной ориентацией – коммуникативной сферой, ситуацией, установкой. Поэтому перформативная функция имеет свойства социального символизма.

Рассмотренные выше функции являются обязательными для социальной коммуникации, т.е. относятся к доминантам социокommunikации. Именно доминанты социокommunikации, выраженные коммуникативными средствами, обусловлены правилами, нормами, речевыми стереотипами, которые образуют речевой этикет (Костомаров В. Г.), что является неотъемлемой частью культуры – «коллективным интеллектом общества» (Лотман Ю. М.).

Итак, многомерность социальной коммуникации представлена как в подходах к ее определению, а также в тех функциях, которые она выполняет в условиях современного информационного общества.

#### **Литература:**

1. Берко Р. М. Коммуникации / Р. М. Берко, А. Д. Волвин, Д. Р. Волвин. – Донецк: Сталкер, 2001. – 451 с.
2. Василькова В. В. Социология коммуникации: дисциплинарная и междисциплинарная перспектива // Тезисы докладов и выступлений на II Всероссийском социологическом конгрессе «Российское общество и социология в XXI веке: социальные вызовы и альтернативы»: В 3 т. – Т. 2. – М., С. 28.
3. Конечкая В. П. Социология коммуникации. – М.: МУБУ, 1997. – 304 с.
4. Луман Н. Медиа коммуникации. – М.: Издательство «Логос», 2005. – 280 с.
5. Маклюэн Г. М. Галактика Гутенберга, 1962.
6. Современный философский словарь / Под общей редакцией д. ф. н. профессора В. Е. Кемерова. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Академический Проект, 2004. – 864 с.
7. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации: Учебное пособие. – СПб: Изд-во Михайлова В.А., 2002. – 461 с.
8. Шарков Ф. И. Истоки и парадигмы исследований социальной коммуникации // Социологические исследования. - № 8. – 2001. – С. 52-61.
9. Яковлев И. П. Основы теории коммуникаций. – СПб: «Авалон», «Азбука-классика», 2001. – 240 с.