

## СОЦИАЛЬНАЯ ФИЛОСОФИЯ И ФИЛОСОФСКАЯ АНТРОПОЛОГИЯ

УДК 130.2, 304.2

DOI: 10.17223/1998863X/38/3

**Р.В. Алексеев**

### **ИНФОРМАЦИОННАЯ АСИММЕТРИЯ ПОВСЕДНЕВНОСТИ В ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОМ ОБЩЕСТВЕ**

*Данная работа позволяет рассмотреть коммуникационное сообщение как языковую модель передачи информации по каналам СМИ, которая способствует повседневной управляемости коллективного поведения. При этом информационное сообщение рассматривается не только как нормативно-ценностный стандарт «правильного образа жизни», но и как информационное поле с осознанными нравственными отклонениями.*

Ключевые слова: асимметрия, аккультурация, коммуникация, эмоции, мораль, общество.

#### **Введение**

Стандарты массовой культуры претендуют на роль общечеловеческих норм поведения в информационном обществе. Коммуникационное сообщение как языковая модель передачи информации с ее стереотипными сюжетами способствует повседневной управляемости коллективного поведения. Тем самым все разнообразие и сложность современного человеческого бытия определяются средствами массовой информации. В силу того, что общество есть субъективно-объективная реальность, общественное бытие и общественное сознание дополняют друг друга. Без энергии сознания общественное бытие статично и даже мертво. И сам процесс материального производства обладает лишь относительной свободой от власти сознания. Общественное сознание при этом является воззрением людей в их совокупности на социальную реальность. Исторически взаимосвязь общественного бытия и общественного сознания в их относительной самостоятельности реализовалась таким образом: на ранних этапах развития общества общественное сознание формировалось под непосредственным воздействием бытия, в дальнейшем это воздействие приобретало все более опосредованный характер через государство, правовые, нравственные и религиозные отношения, а обратное воздействие общественного сознания на бытие приобретает, напротив, все более непосредственный характер.

Сейчас именно средства массовой информации нацелены на создание образцов для подражания, которые позиционируются как привлекательные для массового сознания, благодаря единой структуре «общего знаменателя», роль которого играет коллективное бессознательное. Данная статья позволяет рассмотреть коммуникационное сообщение не только как

нормативно-ценностный стандарт «правильного образа жизни», но и как информационное поле с осознанными нравственными отклонениями.

Один из основоположников «социокультурной динамики» как отдельной научной дисциплины и как аспекта изучения любой конкретной культуры в ее историческом развитии Питирим Сорокин считал, что «всякая культура есть не просто конгломерат разнообразных явлений, сосуществующих, но никак друг с другом не связанных, а есть единство, или индивидуальность, все составные части которого пронизаны одним основополагающим принципом и выражают одну, и главную, ценность. Доминирующие черты изящных искусств и науки такой единой культуры, ее философии и религии, этики и права, ее основных форм социальной, экономической и политической организации, большей части ее нравов и обычаев, ее образа жизни и мышления (менталитета) – все они по-своему выражают ее основополагающий принцип, ее главную ценность. Именно ценность служит основой и фундаментом всякой культуры. По этой причине важнейшие основные части такой интегрированной культуры также чаще всего взаимозависимы: в случае изменения одной из них остальные неизбежно подвергаются схожей трансформации» [1. С. 34].

### **Роль коммуникации в процессах аккультурации**

Процесс освоения индивидом норм общественной жизни и культуры обозначается в различных гуманитарных науках понятиями «инкультурация», «социализация» или «социокультурная адаптация». Эти понятия во многом совпадают друг с другом по содержанию, так как подразумевают усвоение людьми культурных форм какого-либо общества. Под вторым обычно понимают устойчивую совокупность различных культурных формул и символов, отражающих определенные представления о реальности.

При более строгом научном понимании термина "социализация" он предстает как процесс усвоения индивидом культурных норм и социальных ролей, благодаря которому происходит превращение человека в социального индивида. Получая в повседневной практике информацию о самых разных сторонах общественной жизни, человек формируется как личность, социально и культурно адекватная обществу. Таким образом, под социализацией понимается гармоничное вхождение индивида в социальную среду, усвоение им системы ценностей общества, позволяющего ему успешно функционировать в качестве его члена.

В отличие от социализации понятие «инкультурация» подразумевает обучение человека традициям и нормам поведения в конкретной культуре. Это происходит в процессе отношений взаимообмена между человеком и его культурой, при которых, с одной стороны, культура определяет основные черты личности, а с другой – человек сам влияет на свою культуру. Результатом инкультурации является эмоциональное и поведенческое сходство человека с другими членами данной культуры и его отличие от представителей других культур. По своему характеру процесс инкультурации более сложен, чем процесс социализации. Дело в том, что усвоение социальных законов жизни происходит гораздо быстрее, чем усвоение культурных норм,

ценностей, традиций и обычаев. В результате инкультурации человек становится способным ориентироваться в окружающей его социальной среде, обмениваться результатами физического и умственного труда, находить взаимопонимание с другими людьми. Этими качествами человек данной культуры отличается от представителей других культур. В результате социализации человек становится полноправным членом общества, свободно выполняя требуемые социальные роли.

«Выделим четыре психологических механизма инкультурации: имитация, идентификация, чувства стыда и вины. Имитацией называется осознанное стремление подражать определенной модели поведения. Идентификация – это способ усвоения чужого поведения, установок и ценностей как своих собственных. Если имитация и идентификация являются позитивными механизмами инкультурации, то стыд и вина – негативными. Первые способствуют формированию определенного поведения, вторые – запрещают или подавляют его» [2. С. 74].

Одним из средств социального контроля является субъективная предпосылка социальных действий масс – общественное мнение. Это явное или скрытое отношение людей к событиям общественной жизни, выражающее их мысли и чувства, осуждение или одобрение каких-либо явлений, входящих в компетенцию общественности. Общественное мнение может принадлежать как обществу в целом, так и отдельным социальным группам. Источниками общественного мнения могут служить различные каналы массовой коммуникации, а также слухи и разные формы коллективного и индивидуального опыта, выраженные в тех или иных видах социальной информации.

Все эти процессы и, прежде всего, усиление роли массовой коммуникации в обществе стали одной из основных тем в творчестве идейного лидера Чикагской социологической школы Роберта Парка, который с самого начала своей самостоятельной деятельности был связан с прессой. «Центральная тема исследований Парка – социальный контроль коллективного поведения. Социология, с его точки зрения, – наука о коллективном поведении, предметом которой является общество – совокупность структур социального контроля коллективного поведения» [3. Р. 73]. Стихийное коллективное поведение становится социальным, когда оно начинает регулироваться особыми формами социального контроля: традициями, нравами, обычаями, моральными нормами и законами. Коллективное поведение и социальный контроль – две стороны одного феномена: коллективное поведение – это «материя» общественного процесса, а социальный контроль – его форма, структурирующая поток поведения и дающая критерии для осмысления и классификации наблюдений. Посредством этой формы общество накладывает на свободную игру экономических и эгоистических сил ограничения политического и морального характера. Коммуникация – третий и в определенном смысле главный элемент общественного процесса. Способность к коммуникации признается Парком изначально присущей человеческой природе, ибо обычаи, конвенции и законы как формы проявления социального контроля есть в конечном счете продукт коммуникации. Коммуникация как интегрирующий и социализирующий

процесс делает возможным согласование действий и способность общества к возможному взаимодействию.

Сторонники деятельностного подхода описывают процесс психического развития как уникальное овладение общечеловеческим опытом, заключенным во внешнепредметной, экзотерической форме. По мнению А.Н. Леонтьева, «предметная действительность – это новая форма передачи филогенетического опыта, характерная только для вида *Homo sapiens* и базирующаяся на продуктивной, созидательной деятельности человека. В этом смысле информация является формой закрепления уровня развития, а изобразительное искусство, например, фиксирует развитие эстетических возможностей, уровень которых задается всем последующим поколениям» [4. С. 42].

Коммуникация играет гигантскую роль во взаимодействии личного и сверхличного, общественного сознания. Подобно тому как общество не есть простая сумма составляющих его людей, так и общественное сознание не есть сумма сознаний отдельных личностей. Это отдельная система, которая живет своей относительно самостоятельной жизнью. Личные идеи и убеждения приобретают характер общественной ценности, значение социальной силы, когда они выходят за пределы личного существования и становятся не только общим достоянием, но и общепринятыми правилами, убеждениями и нормами. Таким образом, общественное сознание не существует вне личного, при этом оно избирательно относится к результатам деятельности индивидуального сознания. Оно надличностно, но это не то же, что внеличностно. «Всеобщее сознание, дух определенного народа есть субстанция, акциденцию которой представляет собою сознание отдельного человека» [5. С. 108].

### **Информационная асимметрия повседневности как механизм общественного контроля**

Рассмотрение современного сообщения с точки зрения истинности или ложности и что существуют простые и четкие критерии, позволяющие отделить их друг от друга, несомненно, наивно и часто служит причиной ошибок в научном познании. Повседневная коммуникация имеет сложное строение и регулируется на основе собственных критериев. В первую очередь в ее составе следует выделять неявные цели и стратегии, которые чаще всего отнюдь не сводятся к поискам истины, а направлены на подчинение людей, самоутверждение или реализацию иных потребностей. Исключительно сложными по своей природе являются морально-этические ценностные суждения, которые определяют поступки человека не с точки зрения соответствия фактам, а с позиций не существующих реально идеалов. Нравственные и эстетические идеалы не только не подлежат проверке на истинность, но, наоборот, могут служить основанием критики государства. Раньше эти идеалы считались божественными заповедями, однако в современном обществе ответственность за их эффективность должны взять на себя сами члены коммуникативного сообщества. В связи с этим коммуникация выступает как весьма сложная деятельность, в ходе которой ее участники повышают свою компетент-

ность, достигают консенсуса и принимают согласованные решения. Каждый человек как рядовой участник коммуникативного процесса должен отчетливо представлять возможности самореализации, предоставляемые ему сложившейся коммуникативной системой.

Неверно думать, что коммуникация является простым инструментом для самовыражения личности. Напротив, именно она и формирует личность, причем настолько, что подчас сливается с внутренними желаниями и потребностями человека. Персоналистский путь предполагает реализацию себя в сообществе, где каждый проявляет заботу о другом, помогая ему «подняться над собой во имя особых ценностей ее собственного признания, и сама личность начинает возвышаться вместе с каждой из них» [6. С. 79]. Важная роль культуры общения как раз и состоит в том, чтобы выявлять и контролировать установки общества и стремиться применить их в единой стратегии повседневной жизни. В целом процесс коммуникации должен протекать таким образом, чтобы усилить те параметры, которые обладают воздействующей силой на источник. Р. Чалдини рассмотрел такие воздействующие характеристики, как титулы, одежда и атрибуты. То есть в ряде ситуаций человек ведет себя автоматически, не задумываясь, и эти ситуации представляют особый интерес не только с психологической, но и с коммуникативной точки зрения.

Распространение идей может подчиняться теории диффузии Э. Роджерса. В соответствии с ней «критической точкой распространения становится 5% популяции, но чтобы их убедить, следует достичь своим сообщением 50% популяции. При переходе через 20% идея живет уже своей жизнью и более не требует интенсивной коммуникативной поддержки. Э. Роджерс предложил шесть этапов, через которые проходит процесс адаптации идеи: внимание, интерес, оценка, проверка, адаптация, признание» [7. Р. 119].

Необходимо также уделить внимание теории коммуникативных систем как подразделу теории коммуникации. В основе обеих теорий лежит понятие информационной асимметрии. Информационная асимметрия вызывает к жизни коммуникацию с тем, чтобы в результате ее прошедшая коммуникация уравнивала знания источника и получателя. В принципе о коммуникативной единице принято говорить в аспекте, когда решение одного индивидуума выполняется другим, т.е. когда имеется переход между двумя системами. Коммуникация – это всегда межуровневая передача информации. Коммуникативная система заинтересована в средствах создания и поддержания информационной асимметрии. В рекламной коммуникативной системе это позитивная прогрессивная установка коммерческой рекламы и негатив, страх и стыд социальной рекламы. Коммуникативные системы можно разделить на языковые и речевые (монологические и диалогические). В первом случае для эффективности сообщения наиболее значима чистота каналов коммуникации, чтобы сообщение без помех доходило до назначения. Сообщение потребителем воспринимается как неопровержимый факт или приказ к действию. Отсюда ориентация на консерватизм и строгость в первом случае и ориентация на доверие и инновационный характер во втором. В речевой сис-

теме сообщение исходно соответствует действительности, поскольку постоянно видоизменяется.

Умелое создание информационной асимметрии для полноценного функционирования коммуникативных систем является основной задачей отправителя сообщения в информационном обществе. И попадание в фокус общественного внимания происходит в борьбе сбалансированных сочетаний положительных и отрицательных высказываний об объекте. В ситуации тоталитарного советского прошлого негативные высказывания смещались в сферу неофициального дискурса, в то время как официальный дискурс знаменовался исключительно достижениями и лозунгами. По сути, достигалась задача информационной сферы – полное отсутствие негативных высказываний. Но этот позитив являлся лишь верхушкой айсберга, поскольку негатив накапливался в пределах неофициального дискурса. Стоит припомнить в качестве примера «кухонные» разговоры того времени. Официальный дискурс разрешал только негативные высказывания только о врагах государства. Такая информационная модель была возможной при контроле официального дискурса одним источником. В демократической информационной модели источников должно быть множество, но контроль должен осуществлять все тот же орган управления. Если за забором действует приказ, то вне его может действовать только убеждение. На примере советского прошлого можно сделать вывод, что прямое воздействие воспринимается населением в штыки, следовательно, необходимо прибегать и к косвенному убеждению. Свободному человеку не свойственно подчиняться приказам, следовательно, бессознательная модель убеждения, апеллирующая к культурным ценностям, должна подаваться в многополярной информационной интерпретации.

Во второй половине XX века в своем изложении сущности мозаичной культуры А. Моль в книге «Социодинамика культуры» объясняет, что в этой культуре «знания формируются в основном не системой образования, а средствами массовой коммуникации» [8. С. 19]. Средовые воздействия в исследованиях Д. Мейхенбаума, А. Элписа, А. Бека стали рассматриваться не как отдельные элементы-стимулы, но как сложная система, включающая отношение между людьми, оперирующая эмоциональными и мотивационными компонентами. Дж. Уайт и Л. Мазур подчеркивают важность для public relations быть не столько техникой, как подходом, делать акцент на этических мотивах, которая не должна быть средством для сокрытия неприятных фактов. Глобальное информационное общение стало для миллионов людей повседневной реальностью. Поэтому неудивительно, что идеи Маклюэна о планетарно широком общении как норме повседневной жизни начинают представляться чуть ли не сами собой разумеющимися. Основная идея Маклюэна, впоследствии ставшая афоризмом, – «сообщением, передаваемым средством общения, является само это средство» [9. С. 86].

Неизбежность теоретических концепций маклюэновского типа заключается в том, что массовая коммуникация – это структурно оформившаяся сфера жизни современного общества, которая, будучи его частью, имеет над ним тем не менее определенную власть. Массовая коммуникация выступает

как возвышающаяся над обществом и государством идеологическая сила, которая повседневно сводит воедино и согласовывает их действия. Каждодневное восприятие человеком циркулирующей информации и должно приводить его к очевидным для массового сознания константациям, свидетельствующим об огромной роли фетишизации.

Маклюэн, обратив внимание на роль средств массовой коммуникации, по-новому понимает проблему их воздействия. Согласно его теории информационный миф сегодня – наиболее значимый принцип организации массового сознания, что, в свою очередь, предполагает возможность сознательной мифологизации общения посредством массовых коммуникаций. Но, как известно, сознание отвечает только за поведенческий процесс человека относительно внешнего мира, а о подсознательной установке, составляющей совокупность ценностных ориентаций, моральных запретов и социальных норм, в его работах ничего не сказано. Бессознательная информационная установка, разделяясь на материально-фетишистскую, морально-нравственную, агитационную и др., выражает основополагающий принцип и главенствующую ценность общества.

Обратим внимание на следующее:

Во-первых, решение проблем общественной жизни настоятельно требует их понимания как проблем глобально-целостной системы «человек – общество – природа», которая динамично развивается, имея верхний и нижний пределы своего существования.

Во-вторых, поскольку при этом в поле зрения оказывается все бытие человечества, то нельзя не обратить внимания, что само это бытие имеет напряженный, кризисный характер, рассчитывать на преодоление которого в обозримом будущем было бы заблуждением.

В-третьих, в этой связи неизбежно напрашивается вывод, что если все конфликты и кризисы современности пустить на самотек, то они могут довести человечество до глобальной катастрофы.

Доминантой глобалистского мирочувствования в постиндустриальном обществе является управленческий императив как отношение к действительности, для которого естественно стремление понимать любую проблему главным образом в плане ее непосредственного практического решения. Таким образом, формирующееся в процессе глобальной информации управленческое отношение к жизни, направляя внимание на ее кризисное измерение, побуждает к повседневному упорядочиванию, ограничению и преодолению наиболее опасных конфликтов. Особая роль в этой связи не может не отводиться средствам массовой коммуникации с их огромными управленческими возможностями.

### **Заключение**

Только через общение человек может соотносить свое поведение с действиями других людей, образуя вместе с ним единый общественный организм – социум. В процессах социального взаимодействия приобретают свою устойчивую форму нормы, ценности и институты той или иной культуры. Именно общение во всех своих формах наиболее полно раскрывает специфику человеческого общества.

В заключение можно с уверенностью сказать, что современная коммуникационная модель, передаваемая по каналам СМИ, является одной из составляющих массовой культуры, согласно которой определяются ценности, нормы и запреты. Коллективный страх и чувство вины как механизмы общественного контроля асимметричны нормативно-ценностным стандартам повседневности. Эмоции в экстровертированной установке ориентируются на объективно данное, каковым в данном случае знак или символ являются необходимым определителем при восприятии. Таким образом, в эмоциональном информационном поле формируется сообщение, с которым либо согласно, либо не согласно большинство, которое в свою очередь формируется коллективным бессознательным на примере архетипов. Ассоциации, стереотипы, архетипы и другие составляющие человеческой психики формируют подсознательный слой, который не только влияет на жизненный проект индивида, но и формирует общественно-культурные ценности.

### *Литература*

1. Голосенко И.А. Питирим Сорокин: судьба и труды. Сыктывкар, 1991.
2. Блумер Г. Социальные проблемы как коллективное поведение. Казань, 2001.
3. Rauschenbush W., Robert E. Park: Biography of a Sociologist. Durham: Duke University Press, 1979.
4. Клейберг Ю.А. Психология девиантного поведения. М., 2001
5. Козер Л. Мастера социологической мысли: Идеи в историческом и социальном контексте. М., 2006.
6. Мунье Э. Персоналистская и общностная революция // Манифест персонализма. М., 1999.
7. Rogers E.M. Diffusion of innovations (5th ed.). New York, 2003.
8. Моль А. Социодинамика культуры. М., 1973.
9. Маклюэн М. Галактика Гуттенберга. М., 2005.

**Alekseev Roman V.** St. Petersburg State University (St. Petersburg, Russian Federation)

E-mail: leop0ld@mail.ru

DOI: 10.17223/1998863X/38/3

### **INFORMATION ASYMMETRY OF EVERYDAY LIFE IN POST-INDUSTRIAL SOCIETY**

**Key words:** asymmetry, society, ccommunication, emotions, morality, acculturation

This article is directly related to mass culture and is dedicated to one of its components - the modern communications model, transmitted through media channels. Information asymmetry is regarded not only as the information field with a conscious moral deviations, but also as a mechanism of social control. The relevance of this article is not in doubt, since communication plays a huge role in shaping public consciousness. The author of a major operation by the definition of the role of communication in the process of acculturation. Apply theoretical knowledge of foreign authors of the second half of the XX century and their view of popular culture from the perspective of "sociodynamics culture", "diffusion theory", as well as the submission of the supporters of active and personalistic approaches. It is also important that the R.V. Alekseev writes about collective behavior and social control as "matter" and "form", thereby referring to the materialist philosophical tradition. Just shows a comparison of modern communication model with the information field of the Soviet past. In conclusion, the author concludes that the communication message is the language model of information transfer with its stereotypical subjects, it contributes to the daily handling of collective behavior. Emotionally information field, thereby generating a message which either under or unconformably majority, which in turn formed the collective unconscious.



---

*References*

1. Golosenko, I.A. (1991) *Pitirim Sorokin: sud'ba i trudy* [Pitirim Sorokin: Fate and works]. Syktyvkar: Komi knizhnoe izdatel'stvo.
2. Blumer, G. (2001) *Sotsial'nye problemy kak kollektivnoe povedenie* [Social problems as collective behavior]. Translated from English by I. Yasoveeva. Kazan: Kazan State University.
3. Rauschenbush, W. (1979) *Robert E. Park: Biography of a Sociologist*. Durham: Duke University Press.
4. Kleiberg, Yu.A. (2001) *Psikhologiya deviantnogo povedeniya* [Psychology of Deviant Behavior]. Moscow: Yurait.
5. Kozler, L. (2006) *Mastera sotsiologicheskoy mysli: Idei v istoricheskom i sotsial'nom kontekste* [Masters of sociological thought: Ideas in the historical and social context]. Translated from English by T.I. Shumilina. Moscow: Norma.
6. Mounier, E. (1999) *Manifest personalizma* [Manifest of personalism]. Translated from French by I. Vdovina, V. Volodin. Moscow: Respublika.
7. Rogers, E.M. (2003) *Diffusion of innovations*. 5th ed. New York: Free Press.
8. Mole, A. (1973) *Sotsiodinamika kul'tury* [Sociodynamics of Culture]. Translated from French. Moscow: Progress.
9. McLuhan, M. (2005) *Galaktika Guttенberga* [The Gutenberg Galaxy]. Moscow: Akademicheskii proekt.