

УДК 130:167

Процедуры выделения смысла в структурах коммуникации и их роль в омассовлении информации

А. Н. Елсуков, доктор философских наук, профессор*

В статье рассматриваются приемы и средства выделения смысловых структур в различных проявлениях коммуникации. Особым вариантом выделения является стигматизация, которая акцентирует внимание человека на значимых признаках воспринимаемого предмета или сообщаемого текста, служит средством омассовления информации. Выделение блоков информации является важным средством познавательной деятельности. Без глубокого теоретического осмысления средств выделения и стигматизации бывает трудно разобратсья в особенностях развития современного теоретического знания.

Ключевые слова: выделение, выделение смысла, коммуникация, стигма, стигматизация, вербализация, информация, мода, теоретическое знание.

Procedures of Extraction of Meaning in the Structures of Communication and Their Role in Massivization of Information

A. N. Elsukov, PhD in Philosophy, Professor

Methods and means of extraction of the structures of meaning in different forms of communication are analyzed. One of the special forms of the extraction is stigmatization, which accentuated human attention on important characteristics of an object or a text and is a mean of massivization of information. Extraction of blocks of information is an important mean of cognition. It is difficult to understand development of contemporary theoretical knowledge without extraction and stigmatization.

Keywords: extraction, extraction of meaning, communication, stigma, stigmatization, verbalization, information, mode, theoretical knowledge.

Особенность социальных объектов (от семьи и группы до человечества в целом) состоит в том, что их целостность определяется различными типами ментальных связей, языковыми и материально-знаковыми коммуникаторами, то есть особыми информационными структурами. Информация тем самым приобретает в обществе структурно-функциональный характер, становится частью общественной организации. Так как социальные структуры различаются по своему масштабу (общество, как известно, подразделяется на микро-, мезо- и макроструктурные образования), то и информация, функционирующая в обществе, может иметь как узкий, микрогрупповой, так и широкий социетальный характер. По мере расширения масштабов общества расширяется и его информационное поле. Информация приобретает характер социально-институциональных образований. Таковыми, например, являются мифы, легенды, религиозные догмы, традиции, обычаи, нормы, литера-

турные и художественные произведения, научные знания, идеологические системы, политические учения, а также обычные повседневные сообщения и служебные предписания, то есть все то, что связано с языком и человеческой деятельностью.

Вопрос о природе информации и ее роли в общественной жизни приобретает в настоящее время особое философское и научно-практическое значение, так как вполне очевидно, что многие параметры цивилизационного развития (при многих прочих обстоятельствах) определяются именно количеством и качеством используемой информации, широким полем ее социального проявления.

В этой связи возникает вопрос, как и при каких обстоятельствах, идея, возникнув в голове отдельно взятого человека, приобретает характер общесоциального достояния, что придает ей массовый характер. Можно предположить, что в этом процессе омассовления информации особую роль играют какие-то явные или скрытые явления логического и социально-психологического характера.

* Профессор кафедры социологии ФФСН БГУ.

Если иметь в виду мифы, сказания и другие проявления фольклорного творчества, то тут, очевидно, придется сослаться на родовую память человечества, благодаря которой создаются и передаются от поколения к поколению различного рода сказания, принимая массовый характер.

Что же касается повседневной массовой информации, имеющей сугубо деловой характер, то в этом случае приходится учитывать различные приемы ее тиражирования. В древнем мире такое тиражирование осуществлялось за счет использования глашатаев, которые в массовых скоплениях людей (чаще всего это были базарные площади) оповещали их о тех или иных решениях судебно-государственных органов. Наиболее курьезный случай произошел с запретом на упоминание имени Герострата, который поджег храм Артемиды в Эфесе. За это Герострат был осужден на смертную казнь, а глашатаям предписывалось в течение семи лет на всех площадях предупреждать людей о том, чтобы никто и никогда не упоминал имя этого преступника. Но именно благодаря этим предупреждениям имя Герострата и стало известно всему человечеству.

Для широких сообщений использовались и церковные службы, где наряду с религиозными проповедями прихожанам сообщали о каких-то важных событиях текущей общественно-политической жизни. Долгое время храмы были единственным местом распространения информации, средством ее омассовления.

Особым способом омассовления информации были и остаются слухи — своеобразный «испорченный телефон» общества, придающий информации повседневно-бытовой характер с явно искаженным смыслом. В настоящее время для распространения слухов особую роль играет телефонная связь. Можно сказать, что в современном обществе омассовление информации осуществляется за счет технических средств ее тиражирования. Печать, радио, телевидение, интернет в короткий срок придают информации массовый и даже супермассовый (глобальный) характер.

Расширение информационного поля в современном обществе приводит к сложной проблеме личностного усвоения информации. Специалисты констатируют факт информационной перегрузки потребителей. Человек как бы тонет в беспредельном море информации, часть которой оказывается просто невостребованной. «Современное поколение людей, — отмечает А. Д. Еляков, — вынуждено жить в этом океане информации. Ее поток невозможно воспринять в полном объеме. Речь может идти только о некоторых частях, воспринимаемых избирательно и в опреде-

ленных целях <...> Налицо все более обостряющееся противоречие между обществом (человечеством) как совокупным производителем неиссякаемого потока информации и отдельным человеком как ее потребителем и пользователем, обладающим ограниченными биолого-физиологическими и социальными возможностями по ее восприятию и освоению. Информация, будучи благом, кода человек контролирует ее, превращается в зло, если информация выходит из повиновения» [1, с. 116, 117].

Каков же выход из сложившегося противоречия? Рационально ограничить возрастание информации невозможно, так как каждое поколение людей будет ее только наращивать. Поэтому объем информации по мере развития общества будет и дальше только увеличиваться, актуализируя проблему ее использования.

Решение проблемы выработки и усвоения информации будет идти следующими путями. Во-первых, будет срабатывать субъективный фактор. Суть этого фактора заключается в том, что отдельно взятый человек (индивид) отбирает из потока информации только то, что считает полезным в данный момент для себя. Как бы общество через свою систему духовных институтов ни пыталось «вбить» в сознание человека всю необходимую информацию (научную, религиозную, нравственную, идеологическую и иную), она так или иначе фильтруется сознанием самого человека. Это своего рода психологическая защита человека от информационной интервенции. Человек, несмотря на все усилия социальных институтов, воспринимает и использует только то, что сам отбирает. Это хорошо иллюстрируется современной системой высшего образования. Студенты, как правило, особое внимание обращают на те предметы, которые непосредственно связаны с их будущей профессией, все остальное так или иначе относя к информационному шуму.

Во-вторых, в обществе существует разделение не только между физическим и умственным трудом: такое же разделение труда имеет место и внутри умственного труда. Специализация не только разделяет специалистов в рамках разных наук (как это имело место в прошлом), но и в рамках одной и той же науки появляется все больше и больше узких специалистов. За счет такой специализации общество как коллективный субъект познания расширяет свои познавательные способности, продуцируя новые информационные структуры и используя их в практической деятельности. Благодаря такой специализации общество в целом может осваивать все увеличивающийся объем важной для себя информации, как

бы разбивая ее на отдельные сектора коммуникативного поля.

В-третьих, существует и такой прием овладения расширяющимся потоком информации, как ее уплотнение и популяризация. Так, например, высокая научная информация, излагаемая в научных публикациях, через систему учебной литературы разных образовательных ступеней, с помощью популярных изданий и передач (вплоть до детского уровня) в конце концов становится достоянием широкой общественности, приобретая характер массовой информации. Ведь чем проще и яснее сформулировано какое-либо положение, тем доступнее и понятнее оно становится для массового потребителя. О влиянии популярных научных изданий на свое творчество упоминали многие выдающиеся мыслители и ученые прошлого, в частности такие как Дарвин, Спенсер, Маркс, Эйнштейн и многие другие.

Наконец, в-четвертых, особую роль в процессе популяризации информации играет такой прием коммуникации, как выделение основного смысла и своеобразное кодирование различных блоков информационного поля как вербально-понятийными, так и предметно-знаковыми средствами.

В потоке информации, которая обрушивается в современном мире на психику человека, было бы трудно разобраться и ориентироваться, если бы не определенная специализация знания и соответствующие способы ее маркировки и выделения. Простое подчеркивание (или иные способы выделения) отдельного слова, предложения или абзаца в письменном тексте представляет собой наиболее массовый и вполне наглядный пример такого выделения. Этому же служат весьма броские заголовки статей в средствах массовой информации, отдельные фразы или какие-либо знаки в рекламных средствах, украшения упаковок товаров и т. д. Сам способ выделения выступает в качестве особого знака, который приковывает внимание людей, заставляет более серьезно всматриваться (вчитываться, вслушиваться) в то, что предлагается нашему сознанию и воображению. Причем эти знаки не только поражают наше воображение, но и определяют характер понимания выделяемой ситуации, характер нашего поведения, соответствующего отношения к тем или иным явлениям общественной жизни. Таким образом, процесс выделения каких-либо элементов из общей структуры информации приобретает весьма значимый социальный смысл. Сам факт и способы выделения могут быть бесконечно разнообразными.

Для уплотнения информации и тем самым для ее омассовления используется ряд логических и практических приемов обработки. К логическим можно отнести такие приемы, как обобщение, идеализация, формализация, концептуализация, классификация, типологизация, факторный анализ, структурно-функциональный анализ и т. д. Эти приемы позволяют выразить большой объем информации в краткой форме (вплоть до отдельного понятия). Информация в таком случае приобретает характер четких формулировок: законов, принципов, заповедей, правил, лозунгов и т. д., что и обеспечивает ее доступность для массового потребителя, содействуя тому, что информация из узкоспециальной (иногда замкнутой, групповой, сакральной) превращается в информацию широкого коммуникативного поля.

Еще одним примером кодирования и уплотнения информации является стигматизация. В переводе с греческого языка «стигма» означает клеймо, выполняемое в виде греческой буквы «сигма». В Древней Греции этим клеймом помечали беглых рабов и преступников. Такое клеймо предупреждало окружающих о том, что его носитель является злостным нарушителем сложившихся норм общественной жизни, делало его изгоем. Стигма становилась позорным ярлыком. Она выделяла носителя этого знака из общей массы людей и предупреждала их об опасности общения с ним. Само понятие «клеймо» несет этот уничижительный смысл. В качестве примера можно вспомнить практику нацистов, заставляющих евреев в гетто нашивать на верхнюю одежду израильские звезды, и ряд других примеров нанесения клейма как особого знака-выделителя.

Постепенно понятие стигмы стало расширяться и изменяться. Оно широко используется в христианской среде, в медицине, в биологических исследованиях и т. д. После появления работы И. Гофмана «Стигма: заметки об управлении испорченной идентичности» это понятие стало широко использоваться в психологии и социологии. В целом же сохраняется его первоначальное значение — функция выделения какого-либо признака, явления, предмета, человека или группы людей из общей массы их проявления. Правда, в настоящее время калечащие формы стигматизации отошли в прошлое, но само явление осталось и достаточно широко используется в обществе в системах коммуникации, начиная от детских дразнилок (толстяк, пончик, рыжик и т. д.) до различных кличек, которыми люди награждают друг друга в бытовой и профессиональной

среде. В данном случае стигма имеет персонифицированный характер, определяя структуру межличностных отношений, а источником стигмы в большинстве случаев являются окружающие человека люди. Именно они приписывают одному из членов своего коллектива какую-нибудь стигматизированную кличку. В качестве такого выделителя могут выступать и наименования различных групп населения, например, «холоп», «смерд», «изгой», «бомж», «пролетарий» и т. д.

Такое проявление социальной дифференциации реализуется в сложной системе социальных знаков. Человек живет не только в мире вещей и себе подобных личностей, но и в мире знаков, выстраивая свои действия и свое понимание действительности под их диктовку. Знаковую природу имеют архитектура престижных и не престижных районов проживания, манера одеваться представителей разных профессий и слоев населения, торговая марка или бренд, характер поведения и многое другое. Именно в рамках такой знаковости формируются микромиры социальной повседневности.

Особую знаковую природу имеет мода. Это социальное явление хорошо описано в соответствующей литературе. Хотелось бы подчеркнуть именно знаковую природу моды. Прежде всего, мода указывает на статусно-стратификационную характеристику субъекта, фиксирует людей по признаку свой/чужой, наш/не наш. Знаками здесь выступает все: одежда, обувь, часы, украшения, прически, автомобили, мебель и даже манера разговора.

Своя мода есть у средних и низших слоев общества: она либо тяготеет к подражанию атрибутам высокой моды за счет суррогатных предметов, либо ориентируется на этнические особенности жизни простых людей. Она может диктоваться эпатажными соображениями, что реализуется в бриколаже молодежных субкультур. Так или иначе, мода — это знак социального выделения. Специфика же ее формирования на частном уровне (в отличие от форменной одежды) заключается в том, что сам субъект является архитектором своего выделения, своего знакового оформления, что и выражается понятием вкуса.

По мнению Тарда, в моде есть свои инноваторы и свои подражатели. Первые моду вводят, вторые ее омассовляют и тем самым способствуют ее вырождению. Поэтому мода — это особый знак, заставляющий людей действовать по определенному алгоритму. Модным может быть многое: посещение какого-нибудь спектакля, дискотек и других увеселительных мероприятий, «бо-

лезнь» за спортивную команду, чтение какого-нибудь литературного произведения, открытая демонстрация своей веры и т. д. В последнее время модным стало посещение заморских стран и курортов с обязательным оповещением своих родственников и знакомых. Особым проявлением современной моды стало увлечение людей (особенно молодых) татуировкой и пирсингом, которые порой принимают просто одиозные формы. Своя мода есть у молодежных неформальных объединений, которые с помощью подручных средств превращают одежду в специальную форму (панки, скинхеды, байкеры). Это своего рода проявление автостигматизации, когда сам человек, стремясь выделиться из общей массы людей, изобретает себе нелепую прическу или окраску волос, использует чрезмерный пирсинг или какое-то бросающиеся в глаза атрибуты одежды, различного рода знаки и т. д. Особую роль в этом деле играет татуировка, которая зачастую используется не только для украшения, но и выполняет особую функцию выделения, подчеркивая ранг человека в какой-либо неформальной группировке, например в криминальной среде.

Широко используется стигматизация в политической жизни общества. Здесь стигматизация проявляется как по отношению к отдельным людям (как правило, политические лидеры и исторические личности получают или сами подбирают себе определенные клички или псевдонимы), так и к целым общественным объединениям. «Фашизм», «экстремизм», «шовинизм», «космополитизм», «национализм», «расизм» и т. д. являются примерами подобных выделений.

Особое значение стигматизация имеет в сфере научно-теоретической и философско-идеологической деятельности. Здесь также проявляются элементы борьбы и уничижительного отношения к своим противникам. В качестве стигмы здесь часто используется имя самого создателя той или иной теории. Можно вспомнить, какое впечатление производили в не столь отдаленном прошлом такие ярлыки, как «ламаркизм», «менделизм», «вейсманнизм», «фрейдизм», «ницшеанство» и многие другие. Стигмой иногда выступало и название философской школы, например философии «кинизма». В качестве научно-философских ярлыков зачастую выступали названия самих теорий и методологических установок, например, «субъективизм», «агностицизм», «релятивизм» и т. д. Самым страшным ярлыком был, конечно, термин «идеализм», который одним махом зачислял множество философских концепций в разряд ложного знания. И это несмотря на то, что наи-

более великими философами всех времен и народов были именно представители этого направления. Таковыми, в частности, были Платон, Аристотель, Декарт, Лейбниц, Кант, Гегель и многие другие мыслители. Свою стигматическую окраску имеет и термин «марксизм», который для одних выступал как символ величайшей мудрости, а для других был выражением глубокого заблуждения. Так или иначе, этот термин выделяет и в краткой форме фиксирует одно из самых значимых идеологических явлений общественной мысли XIX—XX вв.

Таким образом, стигма имеет большое социально-познавательное значение. Отвлекаясь от ее положительной или отрицательной роли, можно сказать, что во всех случаях она играет роль особого выделителя, благодаря которому те или иные явления общественной жизни, отдельные личности, общественные движения, учения прочно входят в структуру общественного сознания, составляя культурное достояние эпохи. Можно ничего не читать из произведений Маркса, Ницше, Фрейда, Толстого или Достоевского, но каждый образованный человек имеет свое представление о том, что такое марксизм, нищезанство, фрейдизм или достоевщина. Можно сказать, что весь объем общего знания человека о мире строится на базе понятий-выделителей, понятий-меток, за которыми скрывается большой объем специальной информации.

Понятия стигмы и стигматизации в современной методологии научного познания приобретают роль особого эвристического принципа. На Западе, где проблема стигматизации изучается давно и подробно, многие авторы современных теорий, стремясь поскорее войти в плеяду научных классиков, заранее обращаются к помощи стигмы, чтобы придать своему учению необычный, отличающийся от всего остального характер, придумывая для этого не только новое теоретическое содержание, но и новое стигматизированное название. Именно таковыми можно считать такие названия теорий, как «психоанализ», «функционализм», «структурализм», «этнометодология», «структурация», а также такие термины, как «габитус», «фрейм», «аутопойезис» и т. д. На эту сторону проблемы обратил внимание российский исследователь А. Б. Гофман, который, анализируя творчество Дюркгейма, пишет: «В истории социологии часто используются ярлыки или метки, выделяющие какие-то существенные черты определенной теории и таким образом обозначающие ее. Несомненно, эти ярлыки огрубляют и упрощают обозначаемые ими теории и не могут дать целостное представление

о них. Тем не менее, они могут служить полезными ориентирами, если ими не ограничиваться и стремиться понять, что стоит за ними, какую теоретическую ценность они отражают. Для обозначения основополагающих принципов теории Дюркгейма и его способа обоснования социологии таким ярлыком послужил термин «социологизм» [2, с. 316].

Продолжая эту характеристику, модно было бы сказать, что аналогичную роль играют и такие термины, как «позитивизм» в творчестве Конта, «интеракционизм» в творчестве Дж. Мида, «этнометодология» в творчестве Г. Гарфинкеля или «структурация» в творчестве Гидденса.

На эту сторону проблемы обращает внимание российский исследователь творчества Спенсера В. Г. Николаев, который по этому поводу пишет: «Имя Спенсера почти столь же быстро обросло массой всевозможных определений — „эволюционист“, „позитивист“, „натуралист“, „проповедник *laissez-faire*“, „индивидуалист“, „номиналист“, „органицист“, „социал-дарвинист“, — что не благоприятствовало восприятию его идей как таковых и исподволь подталкивало к помещению их в значительно более узкие рамки, нежели они того заслуживали <...> многочисленные искаженные, неполные и не всегда согласующиеся друг с другом „образы Спенсера“ обрели самостоятельное существование и стали не менее (а может быть, даже и более) значимыми факторами развития социологической мысли, чем спенсеровские идеи как таковые, многие из которых остались незамеченными и недооцененными» [3, с. 194].

В этом плане нельзя не согласиться с Дж. Тернером, который пишет: «хотя большинство ученых и многие обыватели слышали имя Спенсера и знакомы с рядом туманных стереотипных оценок его работы, он остается для нас загадкой <...> Мы настолько стигматизировали Спенсера, что никто не отважится назвать себя спенсерианцем в век, когда социальные теоретики из кожи вон лезут, называя себя марксистами, веберийцами, дюркгеймианцами, и последователями Мида» [4, с. 15].

Таким образом, стигма в рамках теоретического знания может выполнять разную роль. Во-первых, она может исполнять роль особой метки, позволяющей быстро определять место теории в рамках большого объема теоретического знания. Во-вторых, она может нести уничижительный ярлык, подчеркивая некую ограниченность выделяемой теории. В-третьих, она может подчеркивать некую особенность обозначаемой теории. В-четвертых, она может демонстрировать

определенную популярность теории, ее массовое восприятие. Все это и позволяет говорить о том, что процесс стигматизации может иметь особый смысл в плане утверждения теории (учения) в структурах общественного сознания вне зависимости от того, имеет ли стигма положительный или отрицательный смысл.

На основе сказанного можно заключить, что стигматизация как особый способ презентации действительно имеет широкое проявление в практике социальных коммуникаций, выделяя особый смысл изучаемых объектов. Так или иначе, стигматизация явно дает о себе знать как в социальной практике, так и в структурах социального познания. Без глубокого теоретического анализа этого коммуникационного явления бывает трудно разобраться в некоторых особенностях развития как философских систем, так и теоретических

построений социологии. Только усвоив методологию стигматизации, можно рассчитывать на уяснение процесса широкого признания в обществе вновь создаваемых теоретических конструкций, учитывая их положительный или отрицательный смысл.

Список цитированных источников

1. *Еляков, А. Д.* Информационная перегрузка людей / А. Д. Еляков // Социс. — 2005.
2. *Дюркгейм, Э.* Социология. Ее предмет, метод, предназначение. — М., 1995.
3. История социологии (XIX — первая половина XX века): учебник / под. ред. проф. В. И. Добренькова. — М., 2004.
4. *Turner, J. H.* Herbert Spenser: A renewed Appreciation / J. H. Turner // Masters of Social Theory. Vol. 1. — Beverly Hills, 1985.

Дата поступления в редакцию: 07.04.2013.