

В. И. ГРАЧЕВ,

*доцент кафедры социально-культурных технологий СПбГУП,
кандидат педагогических наук*

ЦЕННОСТНЫЙ ХАРАКТЕР СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ СОВРЕМЕННОЙ ГУМАНИТАРНОЙ КУЛЬТУРЫ

Современное общество переживает новую фазу своего развития, превращаясь из индустриального в информационное. Этот процесс получил название «информационной революции», так как имеет революционный, а не эволюционный характер развития и глобальные последствия.

Информация сегодня становится одновременно и предметом, и средством, и орудием, и результатом труда. В этом заключается уникальная особенность современного общества.

Информационное общество, в нашем понимании, — это общество, в котором в ходе его информатизации и компьютеризации, то есть стремительного роста производства и распространения всех видов информации и коммуникаций, каждому субъекту и социальному сообществу может быть обеспечен доступ к необходимой информации для выполнения социально значимых функций и осуществления жизнедеятельности.

Информационные и коммуникационные процессы в таком обществе пронизывают все его структуры, а производственные отношения становятся, по сути, не столько экономическими, сколько информационно-коммуникационными. Соответственно, меняется и социально-культурная сфера, под которой принято понимать совокупность различных институтов общества, призванных производить, хранить, оценивать, осваивать и транслировать продукты и услуги культурной деятельности, то есть культурные ценности.

Важнейшим понятием, наряду с социально-культурной сферой, необходимым для осмысления информационных и коммуникационных процессов, происходящих в ней, является понятие социально-коммуникативной деятельности. Это деятельность по освоению

и передаче культурных ценностей в хронологической (пространственно-временной) системе координат. Следовательно, социально-коммуникативная деятельность может быть определена так же, как креативная, когнитивная и трансляционная сторона прямой и опосредованной взаимодействия людей с культурными ценностями и между собой в информационном пространстве современной гуманитарной культуры.

Современные научные представления о гуманитарной культуре как особой сфере духовного производства, создающего и сохраняющего в «текстах культуры» смыслы, ценности и идеалы человеческой жизни, позволяют полагать, что именно социокультурная коммуникация является основой сохранения и трансляции культурных ценностей в информационном пространстве современной гуманитарной культуры.

Информационное пространство гуманитарной культуры можно определить как пространство взаимодействия людей по обмену культурными ценностями с помощью современных носителей информации и компьютерных сетевых технологий.

Под информационной культурой нами понимается совокупность средств и результатов информационной деятельности, в процессе функционирования которой достигается определенный уровень освоения и использования информации, необходимой для выполнения профессиональных функций и формирования личности.

Информационная культура, выражая диалектическую связь духовной и материальной культуры, может рассматриваться в трех формах ее проявления и существования: 1) личностной (знания, способности, умения, тезаурус личности); 2) деятельностной (творческая и

информационная активность личности по использованию информационных ресурсов); 3) предметной (продукт или результат информационной деятельности, информационные ресурсы). Эти формы неразрывно связаны между собой, и поэтому их реальное существование может быть сведено к двум интегративным: личностно-деятельностной, поскольку деятельность всегда связана с индивидуумом или личностью человека, и предметно-продуктивной, так как продуктом деятельности всегда является предметная форма идеальных и материальных сущностей.

Теория социальной коммуникации является одной из ключевых для осмысления всей человеческой культуры, ибо только в тесном взаимодействии (коммуникации) людей возможно создание культурных ценностей, но как ни странно, именно эта сторона человеческого бытия изучена, пожалуй, менее всего. Зарубежная научная рефлексия оформлена в стройное учение о коммуникации в его естественно-научном, социальном, философском и культурологическом аспектах. Однако в отечественной науке до сих пор не сложилось институционально определенного «коммуникативного знания», имеющего самостоятельный научный статус, и оно рассеяно во множестве отдельных статей и других публикаций по самым далеким друг от друга отраслям. В результате изучать коммуникационные процессы и явления, социально-коммуникативную деятельность весьма затруднительно.

Отличительные особенности социокультурной коммуникации заключаются в самом ее объекте, взаимодействии с которым является осмысленным сообщением, а совершается это взаимодействие в социальной среде, то есть в социальном времени и пространстве. Именно осмысленность сообщения, то есть его ценность, важна для социокультурной коммуникации, поскольку смысл есть имманентная ценность.

Коммуникационная культура понимается нами как культура взаимодействия индивидов и социальных групп по обмену смыслами в социально-культурном пространстве. Для теории социальной коммуникации главным представляются многообразные культурологические смыслы. Причем — и это важно — для современной культурологии смыслы интерпретируются как духовные ценности культуры. Это позволяет рассматривать социально-коммуникативную деятельность как деятельность по созданию, освоению и трансляции культурных ценностей в информационном пространстве современной гуманитарной культуры.

Такой подход согласуется с существующими научными позициями в культурологии.

Исходя из представления о социальной коммуникации как «движении смыслов в социальном времени и пространстве» (А. В. Соколов), вероятно, можно говорить о социальном взаимодействии или социальной коммуникации как о ценностном процессе. Из этого следует: ценности в виде разных смыслов сохраняются и транслируются в обществе на протяжении всей истории его развития и существования. Примерно об этом же пишет в своей известной работе «В поисках иных смыслов» В. В. Налимов, подчеркивая, что смыслы, изначально заложенные в мироздании, раскрываются (или, иначе, распадаются) множеством различных путей (с известной мерой допущения можно сказать — каналов социокультурных коммуникаций): через науку, философию, искусство, теологию и мистический опыт и, наконец, просто через жизненный путь человека. Если согласиться с пониманием коммуникационного канала как реальной или воображаемой линии, по которой сообщения движутся от коммуниканта к реципиенту, то любой путь, в том числе и путь поиска смыслов — это канал коммуникации, обладающей ценностными характеристиками.

Американский эпистемолог Дж. Шира считает, что вначале было не слово, а жесты (кинесика). Точное замечание о значении и первичности невербальной коммуникации ученый дополняет мыслью о том, что способность к коммуникации с помощью языка — это, может быть, то самое, что отделяет человека от животных: человек не был человеком, пока не заговорил, то есть пока не освоил вербальную коммуникацию, и тем самым вышел из мира животных.

Вербальный коммуникационный канал — это прерогатива только человека разумного, способного к контактам с себе подобными с помощью речи. Вербальные коммуникационные каналы более всего связаны с ценностными характеристиками. Специалистами, занимающимися коммуникативными проблемами, признается значимость соотнесения речевого обмена с социокультурным контекстом коммуникативной ситуации. В то же время, важно выяснить соотношение между понятиями «язык» и «речь».

Американский лингвист Дж. Хаймс утверждает приоритет речи над языком. Структура речи, или вербальной коммуникации, рассматривается им как зависящая от ситуации социокультурного взаимодействия. В соответствии с концепцией, предлагающей рассматривать структуру коммуникаций в системе

социокультурного взаимодействия, одним из авторов которой является Дж. Хаймс (наряду с такими выдающимися лингвистами как Р. Якобсон, Э. Сепир, Р. Фере), главным при анализе вербальной коммуникации становится не структура языка, а речевая субкультура, определяющая социокультурный контекст. Как отмечает Э. Л. Орлова, социокультурный контекст определяется нормами, ценностями,

представлениями, типами контактов и совместных действий определенной социокультурной группы. Тем самым речь обусловлена контекстом социокультурной среды, а сам этот контекст в свою очередь, определяется ценностями. Это еще раз подчеркивает ценностный характер социокультурной коммуникации в информационном пространстве современной гуманитарной культуры.