

ФАКТОР ИСТОЧНИКА И ЕГО РЕЙТИНГОВОСТИ В ПРОЦЕССАХ КУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

В. А. Сидоренко

Луганский государственный медицинский университет
имени Святителя Луки

Поступила в редакцию 8 февраля 2020 г.

Аннотация: в статье рассматривается значение источника культурной информации для эффективности коммуникативных процессов в современном глобализирующемся обществе. В качестве основного показателя анализируется система рейтинга, присваиваемого источнику реципиентом. Также описываются категоризационные и интерпретативные механизмы, социокультурные фильтры, задействованные при ранжировании поступающей информации. Сделаны выводы о схожести принципов ранжирования, применяемых на микро- и макроуровнях обработки культурных данных.

Ключевые слова: культурное знание, антропосфера, рейтинг надежности, ранжирование, коммуникативные механизмы.

Abstract: the article discusses importance of the cultural information source for effectiveness of communication processes in the modern globalizing society. A rating system assigned to the source by the recipient is analyzed as the main indicator. It also describes mechanisms of categorization and interpretation, sociocultural filters involved in ranking the incoming information. Conclusions are drawn on the similarity of ranking principles applied at the micro and macro levels of cultural data processing.

Key words: cultural knowledge, anthroposphere, reliability rating, ranking, communication mechanisms.

В современном информационном мире проблема надежности источника информации и социокультурных фильтров, регулирующих взаимодействие знанием между индивидом и антропосферой, становится всё более острой по мере увеличения его объема и количества участников. Идентификация и интериоризация информации возможна только на основе ее содержания, однако вопрос о влиянии коммуникативной формы на ее идентификацию остается открытым. Смысловая нагрузка зависит от рейтинговости коммуникативной схемы, задействованной при обработке информации, от системы фильтрации, через которую информация проходит, и других субъективных факторов, не имеющих прямого отношения к собственно информации. В частности, таким фактором может выступать источник информации: при поступлении данных из источника с более высоким рейтингом надежности информационная структура будет подвергаться коррекции, а при менее достоверном источнике та же информация окажет меньшее влияние на информационную систему, более того, сама будет подвержена изменениям.

Исследование различных теоретических и прикладных аспектов коммуникативистики стало одним из наиболее репрезентативных направлений в философской антропологии, а также ряде смежных дисциплин в конце XX – начале XXI в. Настоящая работа опирается на наработки в этой области ряда отечественных (А. П. Воеводин, В. И. Гинецинский) и западных (А. Аппадурай, Т. Дэвенпорт, М. Минский, Э. Смит, Дж. Томлинсон, Ч. Филлмор, Б. Шор) философов, психологов, социологов и лингвистов. С одной стороны, высокая активность исследователей в данной сфере способствовала накоплению большого объема результатов их работы, но с другой – приводила к фрагментированности и эклектичности проблемного поля. Вследствие этого целью представленной статьи является комплексный анализ источников культурной трансляции с точки зрения их воздействия на коммуникативный акт.

Степень влияния того или иного информационного элемента на деятельность индивида определяется интенсивностью его использования. Человек, сталкиваясь с событиями или объектами окружающего мира, создает «запрос» к коммуникативному механизму в поисках подходящей информации. Обнаружив соответствующую ситуации схему, интерпретатор активирует ее, проявляя смысл события или фрагмента текста [1, с. 65].

В зависимости от частоты применения механизма он может приобретать более или менее активный статус. Например, религиозные информационные схемы могут получить приоритет в активности над светскими после перепрочтения Библии. Принципы информационного замещения и закономерности изменения коммуникативных механизмов будут описаны ниже, пока же необходимо отметить, что информационные элементы могут периодически вступать в конфликты друг с другом, а отрицание одного из них может быть составной частью другого. Приоритет активности коммуникативного механизма является обратно пропорциональным его конфликтности, т. е., чем гармоничнее информационный пакет сочетается с ему подобными, тем чаще он задействуется в ментальных процессах.

Интенсивность обращения к информации имеет определяющее значение для повышения или снижения ее устойчивости. Устойчивость представляет собой степень склонности информационной структуры к изменениям под влиянием вновь приобретенного опыта. Частота применения характеризует степень доверия субъекта к данной информации, а следовательно, и склонность к ее изменению. В случае частого обращения к элементу его устойчивость повышается, для коррекции даже небольшого участка информационной структуры становится необходимой всё более весомая единица нового опыта. Таким образом, устойчивость характеризует то, насколько значительным должно быть внешнее воздействие для изменения уже существующей информационной структуры [2, с. 9–27].

С каждым коммуникативным механизмом связана информация разных видов:

– относящаяся к использованию данного фрейма;

- предупреждающая о том, что может произойти в будущем;
- предусматривающая, что следует сделать, если ожидания не подтверждаются [3, с. 289].

Данный подход схож с алгоритмом программирования, разделяющим информационно-коммуникативный процесс на несколько шагов: установление соответствия между X и Y ; если X соответствует B , переходим к действию A ; если X не соответствует B , обновляем запрос к коммуникативной системе с целью дополнительной обработки формулы.

Уровень усвояемости информации и степень доверия к поступающим данным базируются на уже сложившейся информационной системе, опирающейся на предыдущий опыт индивида. Информация «голубь – птица серого цвета» воспринимается с гораздо более высокой эффективностью, чем сообщение «птеродактиль – пресмыкающийся ящер», поскольку первое утверждение обращается к непосредственному эмпирическому опыту адресата, многократно верифицированным и вследствие этого чрезвычайно устойчивым элементам «голубь», «птица», «серый». В то же время вторая фраза затрагивает не столь структурно разветвленные элементы информационной системы; к тому же имеющиеся связи противоречивы, поскольку информационный элемент «птеродактиль» приводит к элементам «крыло», «птица» и т. п., «пресмыкающееся» – к «змее», «отсутствию ног», «отсутствию крыльев», «ящер» – к «динозавру». В результате возникающих противоречий (крылья – нет крыльев, птица – змея) доверие к воспринимаемой информации снижается, несмотря на то что логически второе высказывание более вероятно – все птеродактили являются пресмыкающимися ящерами, но не все голуби серые.

Категориальные обобщения структурируют и упорядочивают картину мира, помогая реализовать принцип когнитивной экономии – получения максимального объема информации с наименьшим ментальным усилием. Так, в процессе коммуникативно-оценочной деятельности индивида может использоваться категория «хорошо», которая, с одной стороны, представляет собой дискретную совокупность всех чувств, трактуемых субъектом как положительные, а с другой – обобщенное понятие «хорошего», что позволяет оценить новый объект без сравнительного обращения к каждому из компонентов категории. При этом возникает вопрос о степени существенности компонентов информационной категории для восприятия явления: каковы коммуникативные основания определения категории как информационной общности, может ли классификация обуславливаться случайным компонентом? На основании ложной формы возможен выбор ошибочного содержания и в результате применение неадекватного коммуникативного механизма. Ликвидация ложных информационных структур является одним из необходимых воздействий общекультурного опыта, поскольку корректность структуры наиболее эффективно проверяется посредством сравнения с компонентами, уже доказавшими свою безошибочность. А самым простым путем приобретения таких информационных структур является заимствование их в готовом виде из антропосферы в процессе коммуникации.

Одним из наиболее эффективных и распространенных средств передачи культурного знания являются СМИ. Данный механизм предусматривает, в основном, одностороннюю передачу информации – от антропосферы к индивиду. В условиях интенсификации глобализационных процессов для средств массовой информации остается всё меньше препятствий, таких как национальные границы, языковой барьер или материально-технологические трудности. После прохождения человечеством пика деколонизации в 1940-х – 1950-х гг. политико-экономическое воздействие на вновь образованные государства сменилось воздействием информационным, ставя их в зависимость от поставляемой информации. Данная концепция получила название «медиа-империализм» [4, с. 270]. Однако поп-культура, занимающая главенствующее положение в транслируемой СМИ информации, скептически воспринимается интеллектуальной элитой общества, что снижает рейтинговость всей медийной информации, поскольку именно представители интеллектуальной элиты вырабатывают основную долю знаний, пополняющих антропосферу.

Ситуативные задачи, требующие трансляции культурного знания, делятся на две группы в зависимости от степени разработанности их решения антропосферой. Первая группа включает в себя задачи, решение которых в готовом виде уже содержится в антропосфере. Как правило, это типичные проблемы, неоднократно встававшие перед другими антропосферными донорами и вследствие этого имеющие проверенные эффективные решения. В этом случае реципиенту транслируется минимальный объем информации, содержащий пошаговый алгоритм реализации, экономя, таким образом, его мыслительные ресурсы. В качестве примера таких готовых решений можно привести различные морально-этические установки, принятые в обществе. Так, при встрече в дверях с другим человеком вопрос, кто должен пройти первым, зачастую решается на автоматическом уровне: младший пропускает старшего, мужчина – женщину и т. п. В этом случае субъект действия не тратит мыслительных усилий на решение ситуативной задачи («Кто кого должен пропустить?», «Каковы основания для прохода первым?», «Какой будет реакция оппонента?»). При наличии высокого рейтинга эффективности транслируемого поведенческого алгоритма коллективный опыт антропосферы доминирует над менее рейтинговыми индивидуальными схемами, превращаясь в догму.

Вторая группа задач представляет собой вызовы, впервые вставшие перед человеком либо не имеющие универсальных решений, закрепленных в антропосфере. Для решения подобных задач субъектом затрачивается гораздо больше мыслительных ресурсов, в результате чего вырабатывается фрагмент индивидуального опыта, транслируемый индивидом в обратном направлении – восходящем, т. е. от человека к антропосфере. Обмен полученными решениями (а схожие задачи часто решаются не взаимосвязанными субъектами) позволяет сравнить их, проанализировать и закрепить в антропосфере наиболее удачные. Менее эффективные решения также остаются в антропосфере, однако получают более

низкий рейтинг и потому принимают участие в меньшем количестве коммуникативных актов.

Поскольку реализация коммуникативной схемы является имплицитной, сознательный выбор ложного компонента исключается. Остается случайное следование неверному компоненту, что вполне возможно, однако ошибочные компоненты рано или поздно определяются и элиминируются из схемной структуры в соответствии с законами эволюции и адаптации, согласно которым положительные изменения закрепляются, а отрицательные удаляются из системы. Такая элиминация ложных или просто устаревших схем и их замещение более эффективными происходит не только на микроуровне (сознание отдельного субъекта), но и на макроуровне – в антропосфере в целом, где рейтинговость информационных структур строится на тех же принципах: чем большим количеством субъектов механизм признается эффективным, тем более рейтинговым он становится, и наоборот – структура, теряющая рейтинг, перестает применяться в коммуникационном процессе и отмирает. В этом заключается эволюция культуры как динамической системы.

В качестве основных характеристик процесса трансляции культурного знания выделяют скорость передачи и усваиваемость материала [5, с. 93–94]. Понятие скорости трансфера включает в себя два компонента: время, затрачиваемое на поиск и доступ к необходимой информации, и то, как быстро реципиент способен получить найденный материал. Второй компонент, безусловно, зависит и от объема транслируемой информации, поэтому расчет данной составляющей должен проводиться из расчета на единицу данных. Усваиваемость материала дает ответ на следующие вопросы: какая доля транслированной информации будет использована для решения проблемы (?); насколько изначальный материал соответствует поставленной задаче (чем более нестандартной является задача, тем меньшей будет пригодность полученных вариантов решений) (?); в какой степени воспринятая субъектом информация соответствует оригинальной (?).

Усваиваемость материала также напрямую воздействует на его объем, необходимый для передачи. Объектом исследования многих антропологов начала XXI в. (Н. Диксон, Т. Стэнли и др.) стали возможности увеличения объема транслируемой информации, связанного со скоростью изменения социокультурной среды. В связи с этим следует обратить внимание на ограниченность канала приема-передачи культурной информации. Его точные параметры еще обсуждаются, однако большинство исследователей сходятся во мнении, что он не безграничен. Исходя из этого, развитие культурно-коммуникативных процессов должно идти не экстенсивным, а интенсивным путем, т. е. посредством наращивания качества, а не объемов транслируемой информации. Под качеством в данном случае следует понимать технологии приема-передачи, направленные на повышение коэффициента эффективности коммуникации (α), представляющего собой отношение объема информации (V_1), необходимой для решения конкретной задачи, к общему объему (V_0). Таким об-

разом, формула расчета коэффициента эффективности коммуникации выглядит так: $\alpha = V_1 / V_0 \cdot 100 \%$.

Какая же именно информация транслируется (и какая отфильтровывается) культурой? Для ответа на этот вопрос необходимо определить суть культурного знания и его отличия от «некультурного». В научной философской, психологической, биологической, инженерно-кибернетической литературе существует целый ряд определения термина «знание»: «Знание – самое общее выражение для обозначения теоретической деятельности ума, имеющей притязание на объективную истину (в отличие, например, от мышления или мысли, которые могут быть заведомо фантастичны)»; «знание есть результат отражения в сознании субъекта свойств и признаков познаваемого объекта» [6, с. 31]; и др. При этом подавляющее большинство определений во главу угла ставят мыслительную деятельность субъекта познания, трактуя коллективное знание лишь как сумму индивидуальных частей. Недостатком таких определений является игнорирование культуры как надындивидуальной информационной системы.

Несмотря на всё более активизирующиеся в мире глобализационные процессы, культурное знание, как и культура в целом, остается в значительной степени кластеризованным. Эпоха постмодерна видоизменила культурные кластеры: вместо традиционных этнических, религиозных, языковых и подобных культурных групп более распространенными стали субкультурные и контркультурные – по стилю предпочитаемой музыки (хип-хоп, рэп, поп), по используемой социальной сети и соответствующему сообществу («Живой журнал», «Твиттер», «Фейсбук», «ВКонтакте», «LinkedIn», «Инстаграм») и т. п. Тем не менее кластеризация культуры сохраняется, формируя новые типы идентичности. Эти новые типы следует относить к локальным, хотя зачастую они не локализованы в пространстве и даже могут охватывать весь мир. Однако это не меняет их локального характера – кластеры ориентируются на определенные фрагменты антропосферы, а не на систему в целом.

При анализе структурных компонентов антропосферы неизбежно возникает вопрос о степени эклектичности системы в целом. Сторонники подхода к культурному пространству как к паззлу, составленному из национальных культур (Э. Д. Смит [7], А. Аппадурай [8]) настаивают на возникновении антропосферы лишь в постиндустриальную эпоху как позитивной альтернативы разрозненным локальным культурам. При этом антропосфера приобретает интенциональный характер, становясь вторичным продуктом национальных идеологических конструкций, поскольку большинство идентифицирующих параметров локальных культур (язык, религия, традиции) носят идеологический характер. Укореняясь в коллективном опыте культуры, идеологемы становятся неотрывной частью культурного пространства, теряя свой элитарный генезис и становясь общепринятыми и общедоступными для всех представителей группы. По мнению Смита, антропосфера служит для продви-

жения мировоззренческих установок доминирующей на определенном историческом этапе культуры, каковой в постиндустриальную эпоху он считает англо-американскую.

В качестве возражения теории Смита и Аппадурая следует отметить, что разделение культур на доминирующие и субкультуры имеет те же недостатки, что и классификация по национальному и этническому признакам: доминирующая культура при всей ее развитости не может претендовать на функционирование в роли антропосферы. Даже если теоретически допустить тотальное превосходство одной культурной системы над другими на определенном историческом отрезке, субкультурный коллективный опыт может генерировать более удачные решения возникающих задач, вытесняя менее эффективные фрагменты доминирующей культуры, таким образом, возвращаясь к концепции культурного пространства как набора наиболее рейтинговых схем, не зависящего от их происхождения. Эклектичность такой системы имеет четкие рамки, обеспечивающие естественный отбор информации, актуальной для конкретной социально-исторической практики.

В качестве противопоставления эклектичности культурного пространства А. Аппадурай вводит понятие «скейпа» («scape»). Скейп представляет собой один из компонентов антропосферы, характеризующий одно из пяти измерений ее функционирования. В соответствии с каждым из этих измерений Аппадурай выделяет этнический, технологический, финансовый, идеологический и медийный скейпы. Этноскейп определяет идентичность антропосферы, как бы парадоксально это ни звучало, учитывая тот факт, что антропосфера существует в единственном экземпляре. Однако набор характеристик, свойственный локальным культурам и служащий для их идентификации, присутствует и у антропосферы. С точки зрения этноскейпа антропосфера – это та же локальная культура, только большего объема. Техноскейп характеризует уровень технологического развития глобальной культуры и влияние технических систем на накопление культурного опыта. Выделяемый в отдельную категорию финансовый скейп в целом схож с техноскейпом, но вместо движения технологий во главу угла ставит движение капитала и его участие в решении встающих перед человечеством проблем. Идеоскейп отвечает за идеологическое наполнение культурного пространства, за идеи, служащие для объединения индивидов в единое информационное поле и направляющие их по единому вектору культурного развития. Наконец, медиаскейп предназначен для коммуникации участников информационного обмена и наиболее эффективного донесения культурного опыта от этих участников и к ним.

Формирование этноскейпа в значительной мере обусловлено экстерриториальностью глобального культурного пространства. В данном аспекте значительный интерес представляет конкурентная борьба локальных культур за место в нем. Так, религиозная конкуренция по законам антропосферы должна привести к единой религиозной системе,

представляющей собой либо одну из существующих религий после занятия доминирующей позиции, либо появление новой мировой религии, объединяющей наиболее прогрессивные наработки всех существующих сейчас. Те же процессы возможны и в лингвистической, и в других сферах функционирования культуры, что должно привести к появлению новой глобальной идентичности.

Результатом коммуникативных трансформаций XXI в. стала необходимость переосмысления понятия информационной локальности как диалектического противовеса глобализации антропосферы. Ввиду чрезвычайной динамичности развития данной системы многие ее закономерности и свойства остаются вне зоны внимания современной философской антропологии. В частности, это относится к коммуникационным процессам, обеспечивающим целостность культурного пространства без потери индивидуальности и уникальности его составляющих.

Резюмируя вышеизложенное, можно сделать вывод о том, что с точки зрения теории культурной коммуникации источник транслируемой информации во многом определяет степень и форму ее восприятия реципиентом. Основную роль в этой зависимости играет субъективное ранжирование источников, реализуемое ее объектом как эксплицитно, так и имплицитно. При этом позиция ранжируемого источника будет тем выше, чем менее конфликтной будет поступающая информация по отношению к уже сформированным мировоззренческим установкам. Также коммуникативный рейтинг информационного кластера будет повышаться по мере повышения частоты обращений к нему. Кроме того, коммуникативный рейтинг имеет место как на микроуровне – в ментальных структурах отдельно взятого индивида, так и на макроуровне – в антропосфере как глобальной общечеловеческой информационной системе. Вышеперечисленные аспекты лежат в весьма разноплановой области теории культурной коммуникации, что не только усложняет исследования в данной сфере вследствие ее междисциплинарности, но и одновременно открывает широкие перспективы для дальнейшего изучения коммуникативных механизмов культуры.

Литература

1. Филлмор Ч. Фреймы и семантика понимания / Ч. Филлмор // Новое в зарубежной лингвистике. – М., 1988. – Вып. 23. – С. 52–92.
2. Shore B. Twice Born, Once Conceived : Meaning Construction and Cultural Cognition / B. Shore // American Anthropologist. – 1987. – № 93. – P. 9–27.
3. Минский М. Остроумие и логика когнитивного бессознательного / М. Минский // Новое в зарубежной лингвистике. – М., 1988. – Вып. 23. – С. 281–304.
4. Tomlinson J. Globalization and Cultural Identity / J. Tomlinson // The Global Transformations Reader. – Cambridge, UK : Polity, 2003. – P. 269–272.
5. Davenport T. H. Working knowledge – how organizations manage what they know / T. H. Davenport, L. Prusak. – Boston : Harvard Business School Press, 1998. – 203 p.

6. Гинецинский В. И. Пропедевтический курс общей психологии / В. И. Гинецинский. – СПб. : Изд-во С.-Петербур. ун-та, 1997. – 200 с.

7. Смит Э. Д. Национализм и модернизм : критический обзор современных теорий наций и национализма / Э. Д. Смит. – М. : Праксис, 2004. – 464 с.

8. Appadurai A. Modernity at Large : Cultural Dimensions of Globalization / A. Appadurai. – Minneapolis, 1996. – 229 p.

Луганский государственный медицинский университет имени Святого Луки

Сидоренко В. А., кандидат философских наук, доцент кафедры философии, правоведения, социальных и гуманитарных наук

E-mail: philosophy.lsmu@mail.ru

Lugansk State Medical University named after Saint Luka

Sidorenko V. A., Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor of the Philosophy, Law, Social Sciences and Humanities Department

E-mail: philosophy.lsmu@mail.ru

В. А. Сидоренко. Фактор источника и его рейтинговости...