

ОБРАЗЫ **υόος**  
МАТРИЦА КЛЮЧЕВЫХ ПОСЛАНИЙ



Академия медиаиндустрии

А.А. Калмыков

# ОБРАЗЫ $\nu\acute{o}\sigma\varsigma$

МАТРИЦА КЛЮЧЕВЫХ ПОСЛАНИЙ

Москва

2013

**К17**

**Калмыков А.А.** Образы НОО. Матрица ключевых посланий/  
научное издание. — Москва: Медиаиндустрия, 2013. — 370 с.

ISBN 978-5-906310-03-3

В этой книге собраны статьи ее автора за последние двадцать лет. Тематика работ охватывает актуальные проблемы политологии, эпистемологии, виртуалистики, теории коммуникаций, экологической психологии, педагогики, дистанционного образования, теории журналистики, интернет-журналистики, православной идеологии. Обсуждаемые вопросы представлены как в теоретическом, так и в научно-практическом ключе. Это дает возможность воспользоваться полученными результатами и при развитии теоретического знания в сфере гуманитарных наук и, соответственно, в образовательном процессе, а также в практической деятельности специалистов в области социальных коммуникаций.

Книга адресована широкому кругу ученых, преподавателей и практиков, сфера деятельности которых имеет отношение к современному состоянию общества, в частности к его медийной структуре. Книга будет полезна студентам и аспирантам, изучающим журналистику, связи с общественностью, политологию и другие смежные дисциплины.

ISBN 978-5-906310-03-3

© А.А. Калмыков, 2013

© Академия медиаиндустрии, 2013

© МА «Русника», 2013

# СОДЕРЖАНИЕ

Вместо придисловия	7
<b>ЗАПРЕТНЫЙ ГОРОД</b>	<b>11</b>
Мобилизующий образ России. Матрица ключевых посланий	13
Судьба политического в цивилизации модерна — экопсихологический анализ	40
Четвертая политическая сила	46
Политический потенциал принципа свободы слова	55
<b>ВИРТУАЛЬНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ</b>	<b>67</b>
МИФ в очевидности	69
Структура виртуального события	75
Виртуалистика: сознание события	101
Коммуникатология и виртуалистика: опыт построения социальной онтологии	109
<b>ТЕХНОЛОГИИ ОБЩЕСТВЕННОЙ СВЯЗНОСТИ</b>	<b>123</b>
Онтология коммуникации — социально-антропологическая проблема	125
Театральная метафора public relations	140
Методическая экспертиза ПР-технологий	162
Транспрофессионализм связей с общественностью	193
Дифференциация пространств общественной связности	198
Боевой ПР в интернете	206

<b>МЕДИА – МЕССЕДЖ</b>	<b>211</b>
Система массовых коммуникаций (СМК) и журналистика современности	213
Конвергенция — возможность универсального журнализма в рамках профессиональной идентичности	229
Политика знания в поле медиа	243
Проблема жанрового различия веб-публикаций	254
Журналистика два точка ноль	263
Интернет как феномен культуры	267
<b>ШКОЛА</b>	<b>281</b>
Парадигматика экопсихологии в технологии ДО	283
Профессиональная социализация в e-Learning	288
Elearning как инструмент медиаобразования	297
Нелинейная педагогика	303
<b>ЧЕЛОВЕК</b>	<b>313</b>
Иконическое мышление как образо-творчество	315
Образы НОО	334

## Вместо предисловия

Девятиэтажная башня начинает строиться из горстки земли, путешествие в тысячу ли начинается с одного шага.

Смотрю на него и не вижу, а поэтому называю его невидимым. Слушаю его и не слышу, поэтому называю его неслышимым. Пытаюсь схватить его и не достигаю, поэтому называю его мельчайшим. Не надо стремиться узнать об источнике этого, потому что это едино.

*Лао Дзы*

Я попытался собрать некоторые свои труды в один сборник, который назвал «Образы НОО (матрица ключевых сообщений)» связав этим именованием заголовки первой и завершающей статьи. Основной задачей была попытка создать нечто целостное из того, что было сделано в процессе движения по научной траектории. Я, конечно, стремился в первую очередь сам осмыслить разнородный массив собственных текстов, т.е. эта работа носила в основном рефлексивный характер.

Я делюсь с читателями возникшими трудностями сборки, отчасти из-за того, чтобы предвосхитить возможное недоумение. С этой же целью, я вынужден здесь же во введении, объяснить, как так получилось, что закончив Московский инженерно-физический институт я, в конце концов, оказался так далеко от физики - в пространстве медиа.

Итак, немного о себе, и о ключевых жизненных бифуркациях.

В МИФИ я пошел, потому что увлекался математикой и физикой и учился в вечерней физматшколе при МИФИ. Собственно ни о чем, кроме физики я тогда не думал. Поступил на самый что ни на есть «физический» факультет - Т (экспериментальной и теоретической физики), и на самую что ни на есть «физическую» кафедру — экспериментальной ядерной физики. Альма-матер вскормила во мне системное мышление и привычку задавать вопрос: «как измерить будем?», характерную для любого физика. Ведь в физической реальности существует, лишь то, что можно измерить с помощью правильно откалиброван-

ного прибора. (А теоретическая физическая реальность? «Идеальный газ» и т.д.?). С другой стороны, именно физика, особенно релятивистская и квантовая, заставила меня сомневаться в основных постулатах диамата, в частности, - в положениях о «первичности материи», принципиальной познаваемости мира и других. Но она же открыла мне красоту и таинственность тварного космоса на самом фундаментальном уровне, что позже привело меня к православию.

После окончания я был распределен в Институт атомной энергии им. И.В. Курчатова. Не могу сказать, что работа в ИАЭ меня очень увлекала. Я, как наверное и большинство неоперившихся молодых специалистов, полагал наивно, что в первые же годы практики понаоткрываю новых элементарных частиц, или по крайней мере разработаю общую теорию поля и этим самым осчастливорю человечество. Впрочем, в «курчатнике» для себя я сделал, по крайней мере, два открытия.

Первое, было связано с тем, что на одной конференции я услышал как докладчик вполне серьезно и теоретически обоснованно поставил вопрос о безопасности увеличения мощности ускорителей элементарных частиц. Он утверждал, что может существовать частица вакуума с асимметричной волновой функцией. Это означало, что при превышении определенного энергетического порога, эта частица может свалиться в соседнюю яму, высвободив энергию, достаточную для разгона следующей частицы. Иными словами, с помощью ускорителя можно создать ситуацию цепной реакции, при которой с релятивистской скоростью сгорит наша вселенная. Человек со своими технологиями представлялся угрозой не только Земле, но и Вселенной. Меня поразило, не то, что теоретически подобное допущение возможно, а то, что оно было высказано и аргументированно на основе современных физических представлений, то есть научное знание непосредственно оказалось в аппозиции к идее творения. Отзвук этой идеи в последствии и весьма некомпетентно можно было услышать в многочисленных публикациях СМИ относительно большого адронного коллайдра.

Второе открытие было связано непосредственно с моей работой. Я служил инженером в лаборатории акустической эмиссии, относящейся к отделу ядерных реакторов. В нашу задачу входила разработка методов слежения за трещинами на корпусах водо-водяных реакторов (ВВР) с целью прогноза их разрушения. Оказалось, что следить за развитием трещин мы могли достаточно точно. А вот что касается прогноза, то тут возникли непреодолимые трудности, вовсе не физико-математического и инженерного плана. Поскольку речь шла

об исключительно стохастическом процессе, то всякая оценка могла носить только вероятностный характер, за которой должно было следовать принятие решения. На весах, с одной стороны, были человеческие жизни, а с другой - экономический ущерб от остановки реактора. Если последнее более или менее поддавалась подсчету, то первое нет, поскольку цена человеческой жизни была неизвестна. Вот и получалось, что простая инженерная задача потребовала решения, которое можно найти, лишь привлекая области человеческого измерения. Кстати, чернобыльская катастрофа, случившаяся много позже, к сожалению, подтвердила доминирующее значение именно антропоного и социополитического фактора.

Впоследствии, уже в институте физики Земли им. О.Ю. Шмидта АН, я еще раз столкнулся с похожей проблемой. Мы занимались изучением так называемых современных движений земной коры с помощью лазерного светодальномера. Эта задача имела не только академический, но и вполне практический смысл. Наблюдая за поведением тектонических плит можно было прогнозировать наступление события землетрясения. Причем однажды действительно удалось поймать предвестник на побережье Камчатки и сделать краткосрочный (за день до события) прогноз. Землетрясение магнитудой в 7,5 балла произошло в океане и вполне могло вызвать мощное цунами. Однако тревога объявлена не была, поскольку надежность подобного прогноза была весьма не велика, а стоимость мероприятий по эвакуации населения из опасных районов, напротив, весьма значительна. В этот раз все обошлось, однако и здесь явно проявили себя антропоные факторы.

Собственно мысль о том, что надо как-то научиться включать человека с его мышлением, способом принятия решений, ценностями и т.п. в формулы, описывающие ядерные, геологические процессы и инженерные проекты подтолкнула дополнить свое образование сферой психологии. Был еще один момент, повлиявший на это решение. Случилось мне оказаться в Кавказском биосферном заповеднике, на кордоне Пслух, где я проводил время, собирая грецкие орехи и беседуя с «заповедными» людьми. Беседы эти существенно перевернули прежние представления о Природе, Человеке, экологии. Вот несколько тезисов: «Природа не требует охраны», «Дикая природа в городе — так как город живет по законам Дарвина. Здесь природа очеловеченная». «Заповедник — территория человеческой цивилизации и культуры». «Само существование заповедника парадоксально, поскольку ограничивает экспансию человека разумного». «Рассудок, и в целом рациональное знание не более чем видовое пре-

имущество, обеспечивающее безусловную победу человека над другими живыми существами, т.е. это свойство биологическое, животное». «Собственно человеческое заключается в чем то другом, над и вне рассудка.» И последнее: «Состояние природы нужно оценивать по эмоциональному и духовному состоянию человека в ней находящегося и с ней пребывающего». Следовательно, чтобы оценивать качество природы, ее хаотизирующее, или напротив, структурирующее влияние, достаточно изучать человека, в нее включенного. Так родилась концепция нового научного направления — экологической психологии. Она выразилась в моей небольшой брошюре с названием «Введение в экологическую психологию», фрагменты из которой вошли в настоящий сборник.

Впоследствии, оказалось, что психологического среза обозначенной проблемы все-таки недостаточно. На нее накладывались социальные, экономические и политические факторы, редукция к которым ни с позиции физики, ни с позиции психологии не приводила к продуктивным выводам. Понадобилось привлечение педагогики, философии, культурологии, богословия и других областей знания. Наверное, неслучайно, что центральной темами для меня стали философия коммуникаций и медиалогия, поскольку именно в этих областях творится реальность современного человека.

Видимо в этом причина моей миграции из физики в журналистику.

В итоге получилась книга, в которой собраны статьи за последние двадцать лет. Их тематика охватывает актуальные проблемы политологии, эпистемологии, виртуалистики, теории коммуникаций, экологической психологии, педагогики, дистанционного образования, теории журналистики, интернет-журналистики, православной идеологии. Обсуждаемое я старался представить как в теоретическом, так и в научно-практическом ключе. Исключительно для того, чтобы у читателя была возможность воспользоваться полученными результатами и при развитии теоретического знания, и в образовании, и в практической деятельности в области социальных коммуникаций.

## ЗАПРЕТНЫЙ ГОРОД

Политическая власть — это когда второй идет к третьему, и тот делает то, что приказал первый.

*А.М. Пятигорский*

Все говорят: Кремль, Кремль. Ото всех я слышал про него, а сам ни разу не видел. Сколько раз уже (тысячу раз), напившись или с похмелути, проходил я по Москве с севера на юг, с запада на восток, из конца в конец, насквозь, и как попало — и ни разу не видел Кремля.

*Венидикт Ерофеев*

Союз свободных нравственных существ, соединившихся между собою, жертвующих частью своей свободы для охраны и утверждения общими силами Закона Нравственности, который составляет необходимость их бытия.

*Митрополит Филарет (Дроздов)*



Шмугцтитул иллюстрирован фотографией льва перед воротами Высшей Гармонии Запретного Города (императорский дворец в Пекине).

## Мобилизующий образ России. Матрица ключевых посланий

*Работа подготовлена при поддержке фонда модернизации  
и развития «Общество. Традиции и перспективы»*

### Россия и Государство Российское

Экономический подъем, последовавший после длительного периода спада и депрессии, актуализирует задачу выхода общества из депрессивного социально-психологического состояния. Однако возможности, которые открывает экономическое благополучие страны, используются неэффективно. Это происходит отчасти из-за того, что большинство населения считает основным фактором развития (стабильности) исключительно увеличение мировых цен на энергоносители и не связывает данную положительную динамику с упорядочиванием государственного управления, ростом промышленного производства, социально-культурным развитием.

Иными словами, в сознании граждан деньги, полученные от продажи нефти, воспринимаются как не заработанные и не обеспеченные трудом. Это подтверждают данные Росстата, согласно которым рост производительности труда в России оказывается меньше, чем рост ВВП. Например, в 2003 году производительность труда выросла на 7 процентов (ВВП на 7,4), в 2004-м — на 6,5 процента (ВВП на 7,2), а в 2005-м — на 5,5 процента (ВВП на 6,2). Подобная тенденция сохранилась и в 2006 году. Отставание роста производительности труда от роста ВВП свидетельствует о дисбалансах в развитии экономики, доминировании в ней сырьевого сектора.

В общественно-политической жизни страны также наблюдается ряд негативных тенденций: снижение политической активности и доверия населения ко всем ветвям власти, утрата идентичности. Ярким примером последнего стал массовый отказ от службы в армии и позитивное отношение общества к отказникам. Причиной негативного отношения к службе в армии является, кроме всего прочего сомнение в легитимности воинской повинности как таковой, т.е. в естественности права государственной власти требовать выполнения неоплачиваемой воинской работы, сопряженной с риском для жизни и здоровья. Характерно в этой связи бытующее мнение о том, что вложения государства в воспитание и образование молодого человека не соизмеримы с вложениями семьи, что на фоне ностальгии по утрате социальной защищенности советского периода вызывает отрицание каких-либо обязательств перед государством.

В этом и во многом другом проявляется отчуждение граждан от своего государства. Возникающий здесь терминологический парадокс связан с тем, что в РФ государство действительно существует без граждан, а граждане пребывают без государства, самоуправляясь в процессе формирования гражданского общества. Однако укрепление гражданского общества при сложившейся сегодня дистанцированности его от власти может привести к полной утрате политического управления. А значит, имеет место угроза социального взрыва, чреватого революцией, единственным сдерживающим фактором которого остается народная память о последствиях подобных пертурбаций.

Вместе с тем, трудно не заметить и противоположную тенденцию расширения деловой и гражданской активности, а также укрепления государственности. В этой связи вызывает недоумение политика экономического сектора правительства, направленная на замораживание «лишних» денег в Стабилизационном фонде, основные активы которого размещены в иностранных банках. Фактически правительство расписывается в своей неспособности не только к рациональному хозяйствованию, но и к контролю за своими подчиненными, приобретшими за постсоветские годы исключительные способности и навыки по приватизации любого количества народных денег. Последнее обстоятельство, скорее всего, и объясняет подобную политику, что, естественно, не добавляет уважения ни к «государевым людям», ни к правительству, которое тем самым сообщает народу, что оно править не умеет и никакой ответственности ни за что не несет.

Более того, оно демонстрирует явное недоверие и нелюбовь к собственным чиновникам и к народу в целом. Как видим, самыми неверующими в Россию и в самих себя являются те, кто взялся ею управлять. К сожалению, эта тенденция распространяется по всей управленческой пирамиде сверху вниз. Аналогов такой позиции управленческого слоя трудно найти в мировой практике. А неверие элиты в свой народ умножает неверие народа в свою элиту и в государство в целом.

Таким образом, сегодняшнее состояние исполнительной власти в России уникально. Мы имеем Правительство, которое нельзя отнести ни к политическому, ни к техническому. Поскольку именно исполнительная власть в лице чиновников и сотрудников правоохранительных органов воспринимается гражданами в качестве государственной, поскольку ее самоустранение трактуется народом как предательство. Ведь именно народ наделил государство правом и обязанностью защищать его от рвущихся во власть «лихих людей», от чужеземных и доморощенных врагов, от всего, что может развалить страну, нарушить порядок и т.п. Однако государство лишь узурпирует права, но отказывается от своих обязанностей.

Не случайно социологические опросы показывают отсутствие доверия ко всем ветвям власти. Исполнительная власть воспринимается беспомощной и неумелой, судебная — коррумпированной и потому неправой, представительная законодательная власть — непредставительной и бессмысленной. Общество не может понять, почему при стольких несовершенствах существующих в стране Законов, которые позволяют одним недобросовестно обогащаться (например, с помощью рейдерских схем), а у других отнимают последние элементы социальной защищенности (например, новое жилищное законодательство, позволяющее собственнику выселять любого прописанного на его площади человека, даже несовершеннолетнего), Государственная сила направляет свои силы на никому не нужный, законопроект о символе Знамени Победы.

Так называемая четвертая власть — СМИ — тоже теряет свой авторитет, с одной стороны, находясь под давлением государства и оппозиционных олигархов, а с другой — следуя за вкусами главным образом массовой аудитории. Российские СМИ в целом пока слабо справляются со своей главной миссией — формированием мнений, способствующих развитию страны.

В этом ряду исключением является президентская власть, поскольку общественное сознание адекватно воспринимает то, что президент эффективно выполняет свою основную функцию стабилизации (удержания) положения в стране. Однако одной стабилизации сегодня уже недостаточно, так как Россия готова к политике развития, что также четко понимается гражданами, и это понимание в значительной степени определяет недовольство властью. Примером может служить активизировавшийся процесс реэмиграции. Советская (последних лет) и постсоветская эмиграция была мотивирована прежде всего тем, что Запад, и особенно США, воспринимались как пространство возможностей. Эмиграция того периода, как правило, не имела политической или национальной подоплеки, хотя такая аргументация часто использовалась. Основным мотивом было достижение экономических, профессиональных или творческих целей, что казалось проще сделать на Западе, а не в России.

С тех пор ситуация изменилась. По данным соцопросов, сейчас не более 2 процентов активного населения России планируют уехать на Запад. 60 процентов, напротив, уверены в том, что реализовывать свой личностный потенциал лучше здесь. Количество вернувшихся в страну уже исчисляется десятками тысяч. Они возвращаются по той же причине, по которой в свое время уехали, полагая, что теперь уже Россия становится пространством возможностей. Но объективно открывающиеся возможности еще нужно научиться реализовывать. А с этим как раз возникают трудности: ведь осваивать пространство возможностей предстоит с учетом глобальных изменений в структуре экономических, политических и социо-культурных отношений, связанных с формированием информационного (Кастельс), или (проще) информационного (Масуда) общества.

Противоречие между сегодняшним состоянием России, ее гигантским потенциалом развития, материальным и культурным богатством, высоким геополитическим статусом, с одной стороны, и сниженным (как внутренним, так и внешним) имиджем, с другой стороны, говорит о том, что разрешение проблемы следует искать в области коммуникативных практик и технологий. В этой связи и требуется разработка программы формирования мобилизующего образа России средствами ПР и медиа-технологий. Программа, которая рассматривает негативные политические, экономические и социально-культурные тенденции в рамках одного явления — снижения имиджа страны в массовом сознании

граждан. Имидж страны является одним из основных факторов, определяющих и политическую активность, и отношение к власти, и отношение к трудовой деятельности, к личным достижениям. Кроме того, самоидентификация себя как гражданина страны определяет степень социально-культурной включенности в ее жизнь.

Имидж страны может быть декомпозирован на имиджи различных сфер деятельности. Прежде всего на имиджи отдельных ветвей власти. О том, каковы имиджи исполнительной, судебной и представительной власти, мы упомянули выше. Здесь же отметим, что на образ власти непосредственное влияние оказывают образы ее представителей. Если милиционер, чиновник или военком будут общаться с людьми, как со своими данниками и холопами, то никакая развернутая ПР-кампания не поможет обелению и легитимизации государственной власти. ПР может быть включен только во след и в поддержку политических и управленческих решений.

Кроме того, управленческий слой вряд ли имеет смысл рассматривать в качестве адресата мобилизирующего образа России до тех пор, пока не будет преодолен коммуникативный диссонанс во взаимовосприятии народа России и власти России: народ полагает, что власть нанята им на службу, а власть — что народ и Россия являются ее собственностью.

Тем не менее важно констатировать, что реабилитация государственной власти через реабилитацию ее представителей становится наиважнейшей стратегической задачей, и на это хотелось бы обратить первоочередное внимание Законодателя.

Могут быть рассмотрены также имиджи отдельных отраслей деятельности. Здесь накопилось достаточно проблем, чем активно пользуются иностранные конкуренты, внедряясь на российский рынок, и одновременно ограничивая доступ на мировой рынок отечественным компаниям. Например, успешные в экономическом отношении отрасли, такие как нефтедобыча, приобрели репутацию криминализированных бизнесов, управляемых олигархическими и мафиозными структурами. Не менее значимые, хотя и менее успешные отрасли, такие как химическое производство, воспринимаются либо негативно, либо вообще выпадают из зоны общественного интереса.

Так, данные пилотного исследования, проведенного фондом модернизации и развития «Общество. Традиции и перспективы», показали крайне низкие

оценки осведомленности общественности о деятельности химических предприятий, об их участии в общественной жизни и о каких-либо инновациях и изобретениях в этой области. Образ отечественной химической отрасли, ее предприятий и продукции наполнен отрицательными смыслами, а положительные (прогрессивное, полезное, качественное и т.п.) — отсутствуют вовсе. Последнее можно интерпретировать как факт его неадаптированности к социокультурной реальности. Данный вывод можно распространить и на образ всей отечественной промышленности и далее — на образ России в целом.

Снижению имиджа страны среди населения способствует и снижение ее имиджа за рубежом. В рейтинге самых непопулярных стран мира Россия занимает одно из первых мест, уступая по этому показателю лишь одной стране из членов «большой восьмерки» — США. По данным Gallup International, к России в мире положительно относится 31 процент граждан других стран, а отрицательно — 25, в то время как к Соединенным Штатам положительно относится 40 процентов иностранцев, а отрицательно — 34. Более того, ситуация продолжает ухудшаться, что фиксируется абсолютно объективными показателями: ростом негативных публикаций о России по всему миру. И дело, как отмечают многие специалисты, не только в том, что Россия не может решить свои внутренние экономические и политические проблемы или плохо финансирует свои информационные службы, а в неэффективности той работы в области информационной политики, которая сегодня ведется.

Сложившаяся ситуация с невнятной и недостаточно ответственной информационной политикой имеет вполне объективные причины. В советское время вообще трудно было говорить о существовании информационной политики, поскольку она сводилась к тотальной пропаганде и требовала соответствующих специалистов. В первые годы постсоветского времени появились новые информационные лидеры, которые рекрутировались из журналистов, отличавшихся наибольшей критичностью и остротой. И те, и другие сегодня занимают руководящие позиции в информационной отрасли, но откровенная пропаганда уже не работает, а те, кто полагает, что все может решить стихийный рынок идей, отказываются от всякой идеологии. Главное же, никто не знает, куда движется страна, поскольку прежняя идеология и прежний образ России разрушены, а с новым определиться пока не удастся.

В результате по отношению к своим геополитическим и экономическим конкурентам Россия оказывается далеко не в лучшем положении, поскольку там выстраиванием информационно-коммуникативной политики занимаются давно и профессионально, о чем свидетельствует, например, удельный вес обучения коммуникативным наукам в университетах США.

Сегодня требуется политическое решение по формированию заказа системе образования с изменением самого содержания программ подготовки журналистов, ПР-менеджеров, рекламистов и других представителей социально-коммуникативных практик в направлении, сочетающем современный уровень технологичности и научности и ясное отечественно-ориентированное целеполагание, т.е. продвижение в сознание аудиторий мобилизующего образа России.

Под самим же термином «мобилизующий образ» будем иметь в виду совокупность представлений о стране, способствующих усилению чувства причастности к происходящему, а также чувства ответственности за происходящее. Причастность и ответственность определяют состояние готовности направлять свои усилия во всех сферах на созидательную деятельность, гражданское поведение и политическую активность. Причастность и ответственность возникают только в том случае, если индивидуальное видение оказывается адекватным видению, которое демонстрируется элитами. Причем, если видение представителя народа есть продукт обобщения некоего исторического опыта, то презентуемый элитами через СМИ образ России есть средство политического управления. Не случайно с начала постсоветского периода делались неоднократные попытки формулировки «русской идеи», которые, однако нельзя признать удачными<sup>1</sup>.

Несмотря на то, что современное Государство Российское в лице ее властей не пользуется ни популярностью, ни одобрением, ни оправданием, ни доверием, понятия «Россия» и «Родина» продолжают быть значимыми. По мере освобождения от политической и идеологической шелухи эти понятия стано-

---

<sup>1</sup>Так, известен призыв Б.Н. Ельцина к интеллектуальной общественности — выработать для России национальную идею, который перевел вопрос о национальной идее из области академической в область политическую. Была даже выработана специальная «Стратегия реализации национальной идеи на ближайшую перспективу», в которой национальная идея не формулировалась, но указывалось на необходимость ее скорейшего появления, так как она должна стать целью развития государства на ближайшие годы. Таким образом, была осуществлена попытка приватизации государством национальной идеи. Это попытка оказалась несостоятельной.

вятся все более важными для большинства населения, трактуемые в основном в своем культурно-историческом и геополитическом контексте. В этом смысле понятия «Россия» и «РФ» вовсе не однозначны, хотя отношение к РФ определяются коннотациями, принадлежащими России. Откуда следует, что образ России, как и национальная идея, имеет глубокие исторические корни. Его нельзя сконструировать, его трудно выразить, его нужно просто почувствовать. От того, насколько точно это удастся сделать, и будет зависеть степень его мобилизующей способности. Правда образа России будет интуитивно понятна адресату — ее гражданам, если видеть в контексте образа саму Россию шире, чем государственное образование, территория, этнос.

Такими образом, второй задачей, точнее, вторым значением термина «мобилизующий образ» является восстановление исходного исторически обусловленного, архетипического для русских понимания своего предназначения, без которого невозможна никакая хозяйственная и политическая активность, иными словами, возвращение русской идеи как некоторой сверхидеи.

Восстановление подлинных ценностей России, подвергшихся почти полному уничтожению в результате Февральской революции и последовавшего за ней большевистского переворота, является, вероятно, главной задачей мобилизующего образа. Дело в том, что перестроечный кризис был не только кризисом экономическим или кризисом социальной системы. Это был еще и кризис идентичности. Насаждаемое «советское» окончательно дискредитировалось, а абстрактно-понимаемое несоветское (в основном тождественное западному) никак не приживалось. Вместе с коммунистическими идеалами рушились и общечеловеческие. Причем падение престижа советской государственности привело к профанации реальных достижений народа и к нивелированию значимости российской цивилизации в целом. Отсюда у граждан России выработался во многом неадекватный и преимущественно негативный образ страны.

Следовательно, главным смысловым ядром становится проблематизация понятий «Россия» и «русские», «русская идея». Но, если формирование русской идеи — это абсолютная прерогатива народа, то создание мобилизующего образа — прерогатива системы массовых коммуникаций, а его описание — прерогатива научного и экспертного сообщества.

## Русская идея

Русская идея, как совокупность образов, суждений о предназначении, высшем смысле существования русских, присутствует еще в древнейших памятниках русской словесности. «Начиная с первых ответов на вопрос, «откуда есть пошла русская земля» и далее, через летописи, послания, панегирики, жития, легенды, через теорию «Москвы — Третьего Рима», через споры об исключительности русского царства и самого православия <...> — хорошо различимы усилия постичь не столько саму эмпирическую ткань истории, сколько преобразующую ее провиденциальную, Богом задуманную умопостигаемую идею, задачу, судьбу, миссию»<sup>2</sup>.

Первые предметные исследования русской идеи относятся к началу XIX века и связаны с победой России в Отечественной войне 1812 года. Россия начала осмысливать себя в качестве одной из наиболее влиятельных политических сил Европы. «Потребность в национальной идее возникает в России <...> в результате ее вхождения в мир европейской культуры и цивилизации, является прямым следствием этого вхождения. <...> [это] касалась в первую очередь самоопределения России по отношению к миру, и прежде всего к Западу, поиска ею своего места в мировой истории»<sup>3</sup>. Если согласиться с этими словами В. Межуева, то получится что русская идея есть плод рефлексии силы, а не слабости, результат обретения нового положения, а не средство сохранения и консервации старого. Русская идея, таким образом, направлена в будущее, а не в прошлое, как может показаться на первый взгляд, хотя она и базируется на прошлом, хотя и охранительна и консервативна в том, где стремится охранить и восстановить выработанные народом ценности. В этой связи становятся совершенно понятными неудачи с ее формулировкой в Ельцинский период, да и вообще вряд ли возможно, что голос Кремля как-то отзовется в русской идее. Скорее, наоборот, от властителей следует ожидать вслушивания в ее смыслы, результативность которого прямо пропорциональна их мудрости.

Отдельно следует упомянуть Николая Васильевича Гоголя, который впервые определил миссию России как хранение Православной веры, а точнее,

<sup>2</sup> Кириллов И. «Третий Рим. Очерк исторического развития идеи русского мессианизма». М., 1914. С. 13.

<sup>3</sup> Межуев В. «О национальной идее» // «Вопросы философии» 1997, № 12. С. 5-6.

православной церкви, которую писатель называл драгоценностью. Похожие настроения вполне разделял и Федор Михайлович Достоевский.

Далее поиски национальной идеи стали центральной темой в работах славянофилов (Ю Самарин, Иван и Константин Аксаковы, И. Кириевский и др.). Славянофильство в какой-то степени было порождено западничеством в качестве оппозиции ему. Спор между ними, продолжающийся и по сей день, заключается в том, что одни видят в России особую, самобытную (т.е. со своими онтологическими установками) цивилизацию, а другие полагают, что Россия — цивилизация европейская, но несколько недоделанная. Запад для западников был впереди, а для славянофилов в стороне, если не позади. (Например, Ф.М. Достоевский называл Европу милым кладбищем.) Русская идея в славянофильской трактовке включала такие понятия, как мессианизм, избранность и православие, что являлось не чем иным как переосмысленными формулами: «Москва — третий Рим» и «православие, самодержавие, народность».

Важное значение в понимании русской идеи внесли и евразийцы (Н.С. Трубецкой, П.Н. Савицкий, Г.В. Флоровский, П.П. Сувчинский, А.П. Карсавин, П.С. Арапов, Т.П. Святополк-Мирский).

Началом евразийства считается выход в эмиграции сборника «Исход к Востоку» (1920). Историофилософская и геополитическая доктрина евразийства, основывалась на идеях поздних славянофилов (Н. Данилевский, Н.Н. Страхов, К.Н. Леонтьев), она во всем противопоставляла исторические судьбы, задачи и интересы России и Запада и трактовала Россию как «Евразию», особый срединный материк между Азией и Европой и особый тип культуры (П.П. Сувчинский и др.).

Находясь в определенной оппозиции к евразийству, Н.А. Бердяев, тем не менее писал: «Евразийцы решительно провозглашают примат культуры над политикой. Они понимают, что русский вопрос духовно-культурный, а не политический вопрос»<sup>4</sup>. *Русский вопрос духовно-культурный* — хотелось бы это подчеркнуть. Именно так данная мысль проходит красной нитью через все более или менее конструктивные формулировки русской идеи.

Последователем евразийства считается также Лев Николаевич Гумилев, который описал явление пассионарности и феномен комплиментарности, раз-

<sup>4</sup> Бердяев Н.А. Евразийцы//Евразийский вестник. Книга Четвертая. Берлин. 1925.

работал на их основе пассионарную теорию этногенеза, который является процессом формирования суперэтносов, в том числе и русского народа.

Простое и ясное определение русской идеи находим у В. Соловьева. В предисловии к своей книге «Русская идея» он пишет: «Когда видишь, как эта огромная империя с большим или меньшим блеском в течение двух веков выступала на мировой сцене, когда видишь, как она по многим второстепенным вопросам приняла европейскую цивилизацию, упорно отбрасывая ее по другим, более важным, сохраняя таким образом оригинальность, которая, хотя и является чисто отрицательной, но не лишена тем не менее своеобразного величия, — когда видишь этот великий исторический факт, то спрашиваешь себя: какова же та мысль, которую он скрывает за собою или открывает нам; каков идеальный принцип, одушевляющий это огромное тело, какое новое слово этот новый народ скажет человечеству; что желает он сделать в истории мира? Чтобы разрешить этот вопрос, мы не обратимся к общественному мнению сегодняшнего дня, что поставило бы нас в опасность быть разочарованными событиями последующего дня. Мы поищем ответа в вечных истинах религии. *Ибо идея нации есть не то, что она думает о себе во времени, но то, что Бог думает о ней в вечности*»<sup>5</sup>.

Упомянем также работы еще ряда отечественных философов и публицистов, посвященные данной теме: Н.Бердяев «Душа России» (1915), «Судьба России. Опыт по психологии войны и национальности» (1918), «Русская идея. Основные проблемы русской мысли XIX века и начала XX века» (1946); Л. Карсавина «Восток, Запад и русская идея»; Вячеслав Иванов «О русской идее» («Золотое руно», 1909, №1-3); статьи Т.Ардова в московской газете «Утро России» (1911) и отклик на них В.Розанова («Возле русской идеи» — в его книге: «Среди художников» СПб., (1914). А также ряд литературных изданий, в которых данная тема была главной: сборники «Вехи» (1909), «Из глубины» (1918), «Смена вех» (1921) «Проблемы русского религиозного сознания» (1924) «Россия и латинство» (1923) и другие. В этом же ряду следует упомянуть труды величайшего русского философа Ивана Александровича Ильина.

<sup>5</sup> Соловьев В. Русская идея // Сб.: Русская идея. М., 1992. С. 247.

Все это публиковалось за границей и составляло своего рода нерв дискурса русского эмигрантского сообщества. В советской России, за исключением самиздатовских изданий, это тема не поднималась, так как ее невозможно было адаптировать к господствующей тогда идеологии. Брежневская концепция советского народа как новой исторической общности оказалась полностью несостоятельной. А почти сразу после ее провозглашения начался процесс распада СССР. К сожалению, нечто подобное происходит и сегодня в связи с попытками перенести на этническую основу политическое понятие «россиянин», т.е. попытками национального, а точнее, национально-уравнилельного строительства в России.

Пожалуй, первой публикацией на эту тему в советский период была работа И. Шафаревича «Русофобия», опубликованная в журнале «Наш современник», а уже в перестроечное время вышел в свет сборник «Русская идея» под редакцией М. Маслина (1992). В настоящий момент интерес к подобной тематике значительно возрос<sup>6</sup>. И это, по нашей гипотезе, знак выхода России на новые рубежи своего исторического бытия.

Если попытаться выделить основную мысль из различных классических трактовок и формулировок русской идеи, то точнее всего ее можно выразить словами Н.А. Бердяева: «Меня будет интересовать не столько вопрос о том,

---

<sup>6</sup> См.: Наумова Н.Ф. Рецидивирующая модернизация в России как форма развития цивилизации // Социологический журнал, 1996 № 2; Здравомыслов А. Г., Социология российского кризиса. М., 1999; Левада Ю. «От мнений к пониманию». Москва, Московская школа политических исследований, 2000; Марочкин Сергей. Народ, среда, характер. В книге «Расовый смысл русской идеи. Выпуск. 1. Москва, 2000; Махнач Владимир. Русский Север: кровь и дух. В книге «Расовый смысл русской идеи»; Ахиезер А.С., «Специфика российского общества, культуры, ментальности как теоретическая и практическая проблема», Сборник «Обновление России: трудный поиск решений, Выпуск 9, РНИСиНП, Москва, 2001; Бызов Л., Первые контуры постпереходной эпохи. Социс, № 4, 2001 г.; Идеологические предпочтения населения России: новые тенденции (по данным исследований ИНДЕМ и РОМИР). Москва, Горбачев-фонд, 2000; «Модернизация: зарубежный опыт и Россия. М., 1994; Л.Бызов. Становление новой политической идентичности в постсоветской России. Эволюция социально-политических ориентаций и общественного запроса. «Россия: становление демократических ценностей?» Московский центр Карнеги, 1999; Основы социальной концепции РПЦ Москва, 2000; Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения, Информационный бюллетень. № 5, 1997; Савельев А. «Русские по паспорту и русские по духу», В сборнике «Расовый смысл русской идеи», Москва, 2000; Королев С.А. «Долгие проводы советской эпохи». Сборник «Обновление России: трудный поиск решений. Выпуск 9. РНИСиНП, Москва, 2001; Иванов А. «Бесплотный «русский дух». Смеси и примеси». Москва, 2000; Ермаков С. «Расовые архетипы, этническая психология и окружающая среда». Москва, 2000.

чем эмпирически была Россия, сколько вопрос о том, что замыслил Творец о России, умопостигаемый образ русского народа, его идеи»<sup>7</sup>.

Следовательно, русская идея — это идея прежде всего религиозная. Идея, включающая промысел, предназначение, который тем не менее открыт для умопостижения. А предметом и содержанием идеи является умопостигаемый образ русского народа и рефлексивно его идеи. Именно поэтому русскую идею невозможно сконструировать или назначить какую-либо идею в качестве русской. Не получится.

## Россия и русские

Итак, первое, что можно констатировать, — русская идея существует, а это значит, что существует и глубинная идеология в толще народного<sup>8</sup> самосознания. Ее, эту идеологию не надо придумывать, разрабатывать, конструировать, а требуется заглянуть в себя — русского и прочитать ее в глубине души, т.е. интроспективно и рефлексивно.

Второе: все те, кто идентифицируют себя в качестве русского, обладают некоторыми специфическими особенностями самого способа мышления, самого способа видения, который и является условием фиксации себя как русского и считывания русской идеи из своего собственного самосознания.

Отсюда, между прочим, становится очевидным, что кровь и почва здесь ни при чем. Русский народ на заре своего формирования включал в себя и славянские племена (кривичи, вятичи, северяне, славяне ильменские, радимичи), и скандинавов (шведы, датчане, фризы), и финно-угорские народы (меря, мордва, весь, мурома, вепсины), и тюрков (хазары, печенег, торки, берендси, половцы), и литовцев (голядь, ятвяги), и монголов.

Правящий класс Московской Руси также был отнюдь не моноэтничен. «По подсчетам известного историка и литератора Н.П. Загоскина, в это время наибольшее число (229) аристократических фамилий, принадлежали к выходцам из Западной Европы (в том числе, из Германии), 223 — были польского и

<sup>7</sup> Бердяев Н.А. Русская идея // О России и русской философской культуре. М., 1990. С.23.

<sup>8</sup> Именно народного, а не национального. Так как существование русского народа сомнений ни у кого не вызывает, а вот существование русской национальности, строго говоря, спорно, хотя бы потому, что русский отвечает на вопрос КАКОЙ а не КТО.

литовского происхождения (в том числе потомки Гедиминаса), 210 — русского (славянского) происхождения (из них 168 — Рюриковичи), 156 — татарского и другого восточного происхождения (в том числе, Чингизиды), а принадлежность 97 фамилий точно определить Загоскину не удалось»<sup>9</sup>.

Великий русский поэт Александр Сергеевич Пушкин, знаток русского языка Владимир Иванович Даль и многие другие русские люди, которыми мы по праву гордимся, не были чистокровными русскими, а некоторые не имели ни капли не только русской, но и славянской крови. Так кто же тогда русские?

Понятие это вовсе не этническое. Его можно трактовать как цивилизационное, и тогда сохраняется и славянофильская, и евразийская традиции. Русским является тот, кто не отрицает своей связи с русской культурой и историей, т.е., как минимум, умеет говорить и думать на языке Пушкина.

При этом русский может принадлежать какой-то национальности: татарской, чеченской, великоросской, малоросской, интегрируя ее культуру в культуру русского народа. Причем подобная идентификация подкрепляется внешним взглядом. Любой человек, который выезжает за границу, именуется там русским, и чаще всего от этого не отказывается.

Русский — более объемное понятие, чем национальность. Именно поэтому как нонсенс звучит словосочетание «русский национализм» или «русский шовинизм», такими же бессмысленными кажутся попытки национального строительства в России.

Русский распознается по его отношению к России.

Отношение русских к России носит системный характер, и по свойству системности не качества русских, сложенные вместе, детерминируют качества России. Напротив, качества России определяют качество русских, всех вместе и каждого в отдельности. Отсюда следует, что ее состояние немедленно отражается в индивидуальной психологии и состоянии русского. Кто этому сопротивляется, закрываясь словоформами «в этой стране», тот не русский. Скорее всего, именно поэтому в свобододолюбивой России пренебрежительно относятся к диссидентам, подзревая их в аксиологической трусости.

Россия — это государственно-территориальное образование, имеющее личностные свойства. Мы относимся к России как к личности, т.е. как к со-

<sup>9</sup>Вернадский Г.В. Монголы и Русь, Тверь — Москва, 1997.

борной личности, включающей, в том числе и государство. Причем идеалом отношений государства и России, точнее, духовной и светской власти в пределе трактуется как симфония.

Несмотря на то, что симфоничности, т.е. полной согласности светской власти и духовной сущности народа никогда не достигалось в нашей истории, симфония оставалась основным вектором-ориентиром политики Российского государства. Оно, по определению митрополита Филарета (Дроздова), есть «союз свободных нравственных существ, соединившихся между собою, жертвующих частью своей свободы для охраны и утверждения общими силами Закона Нравственности, который составляет необходимость их бытия».

Государство в этом понимании вовсе не инструмент насилия, а условие, плацдарм реализации свободы личности. Однако противоположная трактовка сущности власти как аппарата насилия и императивность насилия при исполнении властных функций выгодна власти, что при условии доминирующей тоталитарной идеологии приводит к противоестественному сочетанию идеи симфонии и ее реализации с помощью насилия.

Что ярко продемонстрировал, например, тоталитарный режим Сталина в соответствии с лозунгом: «Народ и партия едины». Была осуществлена подмена православной духовности обездуховленной марксистско-ленинской идеологией. Обездуховленность тождественна безличности, поэтому в форму симфонии вкладывалась необходимость бытия через насилие, и государство закономерно становилось машиной репрессий.

Если Россия — это личность, то ее следует рассматривать не с точки зрения ее промахов и падений, а с точки зрения дарований.

Русская идея — это мысль о России, мысль, понимающая ее дарования.

Главное дарование, согласно традиции русской идеи, — несение в себе церкви под охраной Царства, т.е. главным правом и обязанностью России является сохранение духовно-нравственной основы народности, условием чего является сильное государство. Отметим здесь служебную функцию государства и прямую зависимость степени его сакральности (легитимности) от выполнения им своей функции. Отметим также, что сегодня сакральность государственной власти снижена до опасного предела.

С другой стороны, церковь — это осуществление богочеловеческой связи, которая происходит в таинствах, т.е. действиях видимо совершаемых челове-

ком и невидимо Богом. Человек через церковь научается видеть то, что не видно, видеть не вещество иконы (доску и краски), а ее существо (образ). И в себе такой человек видит не личность в телесной данности, а образ того, кто его сотворил. Аналогично в России русский видит ее образ. Русский, стало быть, это такой человек, который способен видеть образ России, читать в ней самой ее идею.

В подобных размышлениях есть определенная сложность, связанная с особенностью предмета размышлений. Личностное отношение к России возможно только при религиозном<sup>10</sup> ее восприятии, а значит, оно не может быть понято только с помощью рациональных инструментов познания. Только в историософском контексте история России, ее настоящее и будущее приобретают самостоятельный объективный смысл.

## Империя, Земля, Космос

Личность надо оценивать с позиции того, насколько она смогла осуществить свои дарования, выразить, приблизиться к ним.

Для реализации этой сверхзадачи удержания духовно-нравственной основы народности под охраной государственной власти России и русским было предоставлено три важнейших ресурса.

Первый — это имперское сознание, наследованное от Византии и Рима.

Второй — это Земля, не территория и не почва, а данное в наследство духовное пространство.

Третий — это русский Космос, который, по сути, является нравственным законом внутри и звездным небом над головой.

Все эти ресурсы пока чудесным образом удерживаются. Россия остается империей, и поэтому русский национализм не может иметь отношения ни к русским, ни к России. Национализм присущ сепаратистам (т.е. тем, кто уже не идентифицирует себя с империей) и отделившимся когда-либо от империй национальным государствам. Следовательно, национализм возможен на территории империи и за ее пределами, но не в ней самой. Более того, национализмы

---

<sup>10</sup> Под религиозностью здесь понимается включение веры и доверия, как инструментов познания, что не может быть познано рациональными средствами. Что характерно для любых межличностных отношений.

осколков империи — историческая закономерность, и направлены они против всего того, что связано со смыслами империи и ее ценностями, и прежде всего против той империи, к которой они раньше принадлежали. Это означает, что антироссийская политика бывших советских республик, к сожалению, объективно обусловлена и не является специфической особенностью современной внешней политики России. На это не надо обижаться, а следует адекватно реагировать, возлагая и свою долю ответственности за советский период истории на территориях новых национальных образований<sup>11</sup>. Грех большевизма должен быть справедливо распределен между всеми строителями социализма. Русский народ пострадал от него не меньше других народов, и каяться перед ними вовсе не обязан.

Итак, первая особенность менталитета русских — имперское мышление. Отсюда следует, что формы политического управления западных демократий не будут эффективными в России. Поэтому на повестке дня — выработка собственной имперской (подчеркнем) демократической модели.

Имперское сознание — это стремление строить многонациональное, идейно ориентированное государство. Имперская государственность — это способность строить многонациональное государственное образование, руководствуясь единой и сверхважной идеей. Не случайно Россия оказывается на краю гибели, как только теряет свою идею. Так было во времена Смутного времени. Так произошло после революции, но большевикам достаточно быстро удалось подменить миссию хранения веры православной на миссию мировой революции, и Россия на некоторое время была восстановлена как империя. Однако жизнь этой новой миссии оказалась недолгой в историческом масштабе. Ее фактическое размывание произошло в сытом и спокойном периоде брежневского «застоя», и советская империя распалась.

В этой связи вызывает недоумение тот факт, что наши геополитические конкуренты приписывают себе победу в холодной войне (даже медаль учредили). Нет сомнения: они старались, но не смогли бы ничего добиться, если бы у России оставалась ее сверхзадача. Так что медали за победу над СССР надо раздавать членам политбюро КПСС.

<sup>11</sup> Почему бы, например, не открыть в Москве экспозицию, посвященную оккупации России Грузией, аналогичную Тбилистской. Ее можно было бы расширить, освещая участие латышских стрелков, десанта революционеров из Америки под руководством Л.Троцкого и т.п.

Сегодня вновь перед Россией стоит исторический выбор: осознать себя империей и соответственно заново обрести свое мессианское предназначение или исчезнуть, превратившись в конгломерат враждующих друг с другом княжеств. Теперь уже понятно, что вовсе не социализм, советский строй или советский образ жизни были основной мишенью противников России и вовсе не за демократию и права человека они беспокоились. Целью была и остается евразийская империя и не понятный на Западе способ мышления русских. Мы — другие, нас не понимают и потому боятся.

Могут возразить, что никакой идеи сейчас у народа нет, большая часть его думает, как выжить, а меньшая — как разбогатеть. И лишь исчезающая малая его часть продолжает причислять себя к имперскому народу, мучительно пытается вспомнить свое предназначение. Однако пока носители идеи все-таки есть, остается и предназначенность всего народа, поскольку народ это не население, не те, кто живет на какой-то территории здесь и сейчас, а все те, кто жил, живет и будет жить на русской земле. Народ, как и церковь, это собор живых и почивших. Народ явлен в плодах своих созиданий, которые далеко еще не распроданы нуворишами, еще присутствуют в нашем бытии. Через них, т.е. через материальные и духовные памятники, просвечивает русская идея, которую всякий русский не может не видеть. Следовательно, даже о реабилитации идеи речь не идет.

Имперское мышление предполагает наличие миссии. Эту особенность русского самосознания и менталитета как нельзя лучше выразил Федор Михайлович Достоевский в знаменитой речи о А.С. Пушкине: «Ибо что такое сила духа русской народности как не стремление ее в конечных целях своих ко всемирности и ко всечеловечности?.. Да, назначение русского человека есть бесспорно всеевропейское и всемирное. Стать настоящим русским, стать вполне русским, может быть, и значит только (в конце концов, это подчеркните) стать братом всех людей, всечеловеком, если хотите... Для настоящего русского Европа и удел всего арийского племени так же дороги, как и сама Россия, как и удел своей родной земли, потому что наш удел и есть всемирность, и не мечом приобретенная, а силой братства и братского стремления нашего к воссоединению людей».

Ранее, в записных книжках, Достоевский написал: «Русский — вот и есть настоящий космополит». Этим утверждением он противопоставил безродно-

му космополитизму, нивелирующему национально-культурные различия, всечеловечность, питающуюся всем богатством национальных культур и направленную как раз на создание максимально благоприятных условий их развития. Эта мысль Достоевского стала чрезвычайно актуальной в XXI веке в связи с наступлением глобализма, который, впрочем, может рассматриваться и как новая, более прогрессивная форма воссоединения народов и, напротив, как проект создания уравнивающего все и вся мирового государства.

Некоторые черты подобного отношения к глобализму четко прослеживаются во внешней политике США, так что это уже не только проект, а практическая политика. Получается, что *Россия оказывается единственной страной, способной противостоять уравнительному глобализму и изоляционистскому фундаментализму, и в этом сегодня ее мессианское предназначение.*

Таким образом, мессианская идея — неотъемлемая часть русской идеи, а ее основанием, конечно же, является христианство, точнее, православное христианство, так как всечеловечество — это состояние общества, в котором нет ни элина, ни иудея, состояние вне Христа не достижимое. Что касается участия других религий в общем деле имперского строительства в России, можно сказать следующее: эта идея присутствует и там, но только в другой форме. Кроме того, никто не станет отрицать, что культурное и политическое единство России формировалось именно на основе православных ценностей, так что исторически православие имеет здесь старшинство, отрицать которое можно только отрицая историю России, т.е. отказываясь от права называться русским.

Чтобы все вышесказанное вобрать в себя и одновременно образо-образовать себя в России и Россию в себе<sup>12</sup>, рационального ума недостаточно и фанатичного религиозного горения тоже.

Нужен какой-то другой способ мышления — особый, русский. Такой способ, по нашему мнению, включает в себя: метафоричность народных идиом, смыслов, коренящихся в пословицах, поговорках, сказках, притчах, прибаутках и т.д.; язык, на котором говорили славянофилы, и следовательно, все тематизации этого языка; культурно-символические содержания, восходящие к православной вере; русское философствование как рационализация и вербализация крестьянского сознания.

<sup>12</sup> Поскольку межличностное общение предполагает взаимное личностное проникновение друг в друга.

Крестьянское сознание, органически присущее каждому русскому, как раз и позволяет воспользоваться вторым ресурсом — Землей, являющейся обетованной, т.е. полученной в наследство от Творца частью духовного организма России.

В отношении к Земле проявляется особый личностный тип русского хозяйствования.

«Горожане — жители, а селяне — души» — эта поговорка, записанная Владимиром Далем, намекает на преимущество селянина перед горожанином. Селянин выгодно отличается от горожанина, и в знак этого отличия ему даровано быть душой, а горожанину указано народным сознанием быть просто жителем. Душа — это «жизненное существо человека» и вообще, как поясняет словарь русского языка В. Даля, всякого живого существа. Горожане же, согласно какой-то невидимой там классификации, к живым существам, по всей видимости, не отнесены. Селяне живут миром, «естественной общностью», а горожане — неестественной общностью, т.е. «гражданским обществом».

Иными словами, крестьянский способ мировоззрения софиен, в отличие от рационального и прагматичного городского. В этом ключ к пониманию типа хозяйствования, который веками вырабатывался в России. Софийность российской экономики подробно была проанализирована еще С. Булгаковым в его труде «Философия хозяйствования». Из этой работы следует принципиальное отличие софийного способа хозяйствования от утвердившегося на Западе духа капитализма, основанного на протестантской этике<sup>13</sup>.

Советский строй, с одной стороны, воспользовался включенными в софийный принцип хозяйствования сакральностью и соборностью труда, а с другой стороны — вычленил из него духовность, чем обезличил хозяйствование. С этим принципом произошло то, что и со многим другим, украденным большевиками у России и переделанным на свой лад. Однако успехами советской экономики мы были обязаны именно тому, что было ранее развито в русском

<sup>13</sup> «Следовательно, в понятии «Veguf» находит свое выражение тот центральный догмат всех протестантских исповеданий, который отвергает католическое разделение нравственных заветов христианства на «*Præcepta*»\* и «*consilia*»\*\*, — догмат, который единственным средством стать угодным Богу считает не пренебрежение мирской нравственностью с высот монашеской аскезы, а исключительно выполнение мирских обязанностей так, как они определяются для каждого человека его местом в жизни; тем самым эти обязанности становятся для человека его «*призванием*».» Вебер Макс Протестантская этика и дух капитализма.

народе. После разрушения советского были разрушены и принципы советских трудовых отношений вместе с лежащими в их основе софийными принципами хозяйствования изрядно до этого подточенные эксплуатацией. Россию наполнили западные технологии менеджмента, построенные на не родственных и не понятных русским основах. Тут они работали плохо, что отчасти определило оглушительные экономические провалы первых постсоветских лет.

Несмотря на то, что некоторые экономисты утверждают, что законы экономики и политики универсальны и нет нужды выдумывать специальную русскую экономику и русскую политику, следует признать, что сегодня необходимы отечественные модели развития, как на макро, так и на микроуровне. Отбрасывать при этом западный опыт было бы крайне неразумно: Запад во многом ушел вперед за период коммунистической заморозки России. Но нельзя использовать его в качестве готового шаблона.

Другой аспект софийного отношения к Земле, т.е. геософии — софийность пространственной ориентации, различения «Восток — Запад», «Правое — Левое», «Север — Юг», а также такие специфические для России понятия, как «Материк», «Камчатка», «Москва — порт семи морей», «От моря до моря», «Между двух океанов» и т.д. Характерно также понятие «Ближнее зарубежье», в котором статус зарубежности явно снижен. Смысл всех этих пространственных якорей архетипичен и практически не требует трактовки. Русским человеком они воспринимаются адекватно. Ось «Восток — Запад» означает деление мира на Святую Русь и все, что к ней не относится. Напротив, ось «Север — Юг» — это поперечный размер России от северного до южного моря.

«Правое» означает буквально правильное, то, что правит, и правду, «левое» — это нечестное, хитрое, неустойчивое. При таком к нему отношении остается загадкой, почему Россия десятилетиями ходила левым маршем и каким образом СПС и их соратникам удастся убеждать народ в своей правоте. Скорее всего, это возможно потому, что политика, борьба за власть так и не стала насущным делом народа. Политиков, по-прежнему, воспринимают как иностранцев (немцев), говорящих на своем, никому не понятном языке.

Софийное отношение к земле не может существовать отдельно от софийного отношения к тому, что покрывает Землю, — к русскому небу, к Космосу. Космос здесь тоже не физическое понятие, а мир Божий, созданный и утвержденный Творцом порядок мироздания, преданный человекам для умопости-

гания. Русское мировоззрение космично: восходя от Земли, оно направляет свой взор вверх, в Космос, в поисках высшего порядка, выстраивая себя по его законам. Это, кстати, вполне соответствует пониманию человека, как священника, связывающего собой тварное и нетварное, дольнее и горнее<sup>14</sup>. Отнюдь не случайно именно в России возникло и утвердилось философское направление космизма, которое так и называлось: «русский космизм». Как писал основатель гелиобиологии и космобиологии последователь Н.Ф. Федорова, К.Э. Циолковского и В.И. Вернадского, А.Л. Чижевский: «Медленными, но верными шагами наука подходит к разоблачению основных источников жизни, скрывающихся в отдаленнейших недрах Вселенной. И перед нашими изумленными взорами разворачивается картина великолепного здания мира, отдельные части которого связаны друг с другом крепчайшими узлами родства, о котором смутно грезили великие философы древности».

Считается, что русский космизм восходит к Н.Ф. Федорову<sup>15</sup> и его труду «Философия общего дела». Действительно, эта книга была настольной у Циолковского, который воплощал философские идеи Федорова в технические проекты. Следовательно, событию выхода человека в Космос предшествовало: 1) органическая космичность (*космософия*) русского сознания; 2) теоретико-методологическая работа по концептуализации и технологизации космософии; 3) мессианская имперская идея, позволившая сформулировать сверхзадачу; 4) софийность отношения к земле и труду, позволившая мобилизовать ресурсы для осуществления прорыва.

Таким образом, тот факт, что первым человеком, посетившим Космос, был русский, является закономерным. В этой же связи следует отметить разницу в именовании: у нас космонавты, т.е. посетители Космоса, а у американцев астронавты, т.е. блуждающие между звездами.

<sup>14</sup> Эта идея о предназначении человека, как существа, призванного одухотворять тварное через связь с нетварным, лучше всего выражена в известной антропологии: «Ангел земной — тварь небесная» и широко разрабатывалась в русской религиозной философии, особенно у Владимира Соловьева.

<sup>15</sup> Известны также хвалебные отзывы о Федорове таких разных по мировоззренческим установкам русских писателей, как Достоевский и Толстой.

## Послание России о России — содержания

Россия это икона, в ментальное вещество которой входят:

### *Историософские содержания*

Все те временные метки, или якоря времени, через которые понимается смысл прошлого, настоящего и будущего России. Это одновременно и ресурсы идентификации. Они используются личностью в зависимости от мировоззренческих установок в целях оправдания и поддержки своей русскости. Для коммунистов они ограничены советским периодом, для монархистов уходят глубоко в прошлое, фиксируя тех или иных государей. Причем для кого-то это — Иван Грозный, для кого-то — Петр Первый.

Уже здесь есть разделение по принципу «Восток – Запад». Кроме того, они имеют знак: для кого-то главный негодяй — Сталин, для кого-то — Ленин и наоборот, кто-то гений, а кто-то так себе. Если провести специальное социологическое исследование, то получим, скорее всего, довольно пеструю картину, однако в целом в сакральности истории России не сомневается ни один русский. Это и может стать общим мобилизующим посланием, понятным для всех.

Другой общей точкой сопряжения мнений может быть ребрендинг событий прошлого и настоящего, которые однозначно воспринимаются как «Слава России». Это прежде всего военная история, освоение новых земель, научные и хозяйственные достижения. Несмотря на то, что послание предназначено для всех, есть необходимость пересмотра отношений к некоторым фактам, относящимся к советскому периоду. Имперскость, например, не позволяет допустить покаяния перед «порабощенными» народами, к чему некоторые сегодня призывают, так как никакого порабощения народов не было. Российская империя тем и отличалась от других империй, что никогда не была «тюрьмой народов». Необходимы контрпропагандистские меры по реабилитации национальной политики России и отчасти Советского Союза. Общая коммуникативная стратегия использования историософских содержаний заключается в проекции будущего на прошлое, которая заключается в выделении достижений актуализирующих реализацию дарований.

*Геофосские содержания*

Пространственные метки и ориентиры. Например, сакральный смысл оси «Восток — Запад» достаточно часто эксплуатируется политическими комментаторами. Недостает адекватной оценки Запада как геополитического конкурента русской империи. Хотелось бы подчеркнуть, что речь идет именно о конкурентности, а не о враждебности. Пусть лучше наши конкуренты используют военную терминологию, поскольку конкуренция — это спор равносильных. Если один конкурент называет другого врагом, то он изначально расписывается в своей слабости.

Важным для России является также чувство границы, которое обладает не только физическим, но и нравственным смыслом. Возможно, это не очень удачный пример, но достаточно характерный: нигде богатый русский человек так не «отрывается», как за границей, выпадая из нравственного поля Русского Мира. И, конечно же, необходимо артикулировать и аргументировать самобытность и софийность русского способа хозяйствования. В этой зоне еще очень мало сделано.

*Космософские содержания*

Приоритет России в освоении космоса очевиден, причем настолько, что этот факт практически выпал из актуального информационного поля. Космос стал обыденностью, а его освоение перестало восприниматься как подвижничество. Америка первой высадилась на Луне. Станция Мир была преждевременно затоплена. Значит ли это, что Россия проиграла конкурентную борьбу в космосе? К сожалению, отечественные СМИ скорее поддерживают эту неверную точку зрения, чем наоборот. Не акцентируется то, что на МКС летают на русских кораблях, и как-то незаметно прошло появление в России сотого космонавта. Почему не используется этот мощный мобилизационный ресурс, остается не ясным.

Возможно, из-за того, что и здесь необходим ребрендинг, точнее постбрендинг: наполнение новыми-старыми смыслами приоритета России в освоении космоса. Как мы отметили выше, присутствие России в космосе и ее приоритет закономерны, что требует отдельной артикуляции. Космос — духовная территория России. Востребованным вновь становится концептуализация космосо-

фийности русского менталитета, русской философии, русской научно-технической мысли и, конечно же, мессианской идеи всемирности, образом которой и являются станция Мир и МКС.

## Контент

Итак, мобилизующий образ России — это послание, адресованное России о ней самой. Уже этим мы отсекаем соблазн использовать манипулятивные и пропагандистские технологии. Россия может услышать только правду о себе и отвернется от лжи, что также является ее характерологическим свойством. Впрочем, это не мешает использовать контрпропагандистские методы против манипулятивных действий наших геополитических конкурентов.

При определении целевых аудиторий здесь ограничимся крупными блоками и выделим:

- 1) Власть, к которой обращены послания, требующие политических решений, а также проясняющие смысл русской идеи.
- 2) СМИ, которые необходимо мотивировать на реализацию мобилизующего образа России.
- 3) Соотечественники, к которым обращена благая весть о том, что Россия стоит и стоять будет, — главный адресат посланий.

При этом возможна и дальнейшая детализация и специализация аудиторий на основании использования представления России в историософском, геософском и космософском пространстве, дифференцируя их, например, по принципу ориентации на прошлое, настоящее и будущее. Однако подобная детализация имеет смысл при организации конкретной информационной кампании.

В укрупненном виде матрица ключевых посланий может быть представлена следующим образом.

### *Адресат: ВЛАСТЬ*

1. Государство в образе своих властных структур за исключением президентской власти, — десаκραлизовано. При сложившейся сегодня дистанцированности власти может от общества возможна полная утрата политического управления. Самыми неверующими в Россию и в самих себя являются те, кто

взялся ею управлять. Факт неверия элиты в свой народ умножает неверие народа в свою элиту и в государство в целом.

2. Образ государственной власти формируется в процессе общения с ее представителями: чиновниками, милиционерами, военными и т.п., реабилитация государственной власти через реабилитацию ее представителей является наиважнейшей стратегической задачей. Укрепление государственности следует начинать с реабилитации представителей власти. Технологии ПР здесь могут быть включены только вслед за управленческими решениями и в их поддержку.

3. По отношению к нашим геополитическим и экономическим конкурентам Россия оказывается далеко не в лучшем положении, поскольку там выстраиванием информационно-коммуникативной политики занимаются давно и профессионально. Требуется политическое решение по формированию заказа системе образования с одновременным изменением самого содержания программ подготовки журналистов, ПР-менеджеров, рекламистов и других представителей социально-коммуникативных практик в направлении, сочетающем современный уровень технологичности и научности и ясное отечественно-ориентированное целеполагание.

*Адресат: СМИ*

Профессиональная сверхзадача отечественного журналиста — формирование общественного мнения, способствующего развитию страны.

*Адресат: ПУБЛИКА*

1. Россия готова к политике развития. Имеет место расширение деловой и гражданской активности. Россия становится пространством возможностей и реализовывать свой личностный потенциал лучше здесь.

2. Россия — это личность. Русский распознается по его отношению к России.

2. Русская идея — в сверхидее. Русский вопрос духовно-культурный, а не политический. Русская идея включает промысел и предназначение, направлена в будущее, знак силы. Ее суть — несение в себе церкви под охраной Царства. Народ, как и церковь, это собор живых и почивших.

3. Русским является тот, кто не отрицает своей связи с русской культурой и историей, т.е., как минимум, умеет говорить и думать на языке Пушкина. Русский — более объемное понятие, чем национальность. Русским может быть человек любой национальности.

4. Государство — плацдарм реализации свободы личности. Миссия России — сохранение духовно-нравственной основы народности с помощью государственности.

5. Россия — это империя. Имперское мышление — особенность менталитета русских. Русский национализм не может иметь отношения ни к русским, ни к России. В сакральности истории России не сомневается ни один русский.

6. Софийность хозяйствования противостоит прагматичности духа капитализма.

7. Русское мировоззрение космично. Космос — духовная территория России.

## Судьба политического в цивилизации модерна — экопсихологический анализ

Изначально термин «политика» связан с городом (гр. πόλις). Стало быть, политическое — это все городское, т.е. государственность, гражданственность, право и т. п. Уже здесь возникает нетривиальная проблема — политическое существует, определено и понятно лишь в пределах городских стен, само существование которых предполагает наличие пространства вне их. В это пространство неогороженных поселений политическое может транслироваться лишь путем принуждения. Вот почему политическое и властное (насильственное) в этих местах воспринимаются как тождественные понятия.

Противостояние городского-политического-властного-насильственного пространства и территорий жизни точно проиллюстрировал российский философ Ф.И. Гиренок: «горожане — жители, а селяне — души» — эта поговорка, записанная Владимиром Далем, намекает на преимущество селянина перед горожанином. Селянин выгодно отличается от горожанина, и в знак этого отличия ему даровано быть душой, а горожанину указано народным сознанием быть просто жителем. Душа — это «жизненное существо человека» и вообще, как поясняет словарь русского языка В. Даля, всякого живого существа. Горожане же, согласно какой-то невидимой там классификации к живым существам, по всей видимости, не отнесены. Селяне живут миром, «естественной общностью», а горожане — неестественной общностью, т.е. «гражданским обществом»<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Гиренок Ф.И. Вместо предисловия: Возвращение блудного сына // Калмыков А.А. Введение в экологическую психологию. М., 1999.

Этот же смысл имеет хабермассовское противопоставление системного и жизненного мира.

Хабермас рассматривает общество в плоскостях «жизненного мира» и «системы»<sup>2</sup>. Жизненный мир включает в себя культуру и общество. Система, напротив, — это сфера формально-организованного действия. В жизненном мире институционализируется язык и общение, в системе — внеязыковые медиумы координации действий: власть и деньги. Жизненный мир ориентируется на коммуникативную рациональность, а система, — на стратегическую рациональность, имплицитную властные эффекты.

Важно отметить, что в трактовке Хабермаса власть как «системный медиум координации действий» вмешивается в жизненно-мировые интеракции и коммуникации. Это вмешательство, как выступление из границ города в посад, чревато кризисами и социальными неустойчивостями, т. е. речь идет об определенном роде интервенции.

Жизненный мир, впрочем, тоже строит свои границы, но уже с природным окружением, сосуществуя между крепостными стенами политического и границами общественной связности.

С другой стороны, очевидно, что политическое обладает виртуальной природой, поскольку порождается и актуализируется лишь при определенных условиях активностью субъекта социально-коммуникативной деятельности. При выполнении этих условий качество политического может быть придано чему угодно — человеку, идее, предмету, жесту, слову, что позволяет отличать политическое действие от неполитического, практически во всех сферах деятельности. Причем если в «запретном городе», где живут политики, даже не возникает вопроса об онтологичности политических сущностей, то на агоре политологи только и знают что спорить, есть ли, «на самом деле» или «как бы» демократия, кто главный, что такое партия и т. п.

Политическое не может существовать без экологического окружения неполитического, несмотря на то, что «политическое» и «неполитическое» онтологически враждебны друг другу. Последнее и заставляет политическое строить стены и проводить границы, а неполитическое — их игнорировать.

<sup>2</sup> О «жизненном мире» и формируемых философами картинах мира см. публичную лекцию Ю. Хабермаса (<http://jarki.ru/wGP/ess/2010/09/15/1259/>).

Конечно же, нельзя понимать стены и границы в буквальном физическом смысле. Они представляют собой плотно склеенные полупрозрачные пласты символических, ритуальных, социально-культурных, матримониальных, коммуникационных, экономических, правовых и тому подобных детерминант. Сквозь них элита и народ смотрят друг на друга, как «через тусклое стекло», додумывая увиденное до удобопонимаемых ими смыслов.

Проблема экологии политики заключается, таким образом, в отрицании бытийности политики вне ее как условия существования политики внутри себя.

Вот почему народ не является субъектом политики, а политика не является субъектом исторического процесса. Этим, кстати, разрешается известная дилемма о роли личности в истории — «Богу Богово, а Кесарю кесарево!».

В качестве иллюстрации можно привести метафору взаимоотношения Замка, деревни и приезжего землемера в знаменитом романе Ф. Кафки «Замок».

Землемер К., приехавший по приглашению Замка в деревню не смог понять, что деревня и Замок — это две формы одной и той же сущности — политической власти. Жизнь и в деревне и в Замке течет в одной и той же полностью политизированной реальности, и в этом смысле стены Замка иллюзорны, хотя и непреодолимы. Их не существует. Геодезические работы (размежевание, определение границ), для которых Землемер был вызван, не просто не нужны, они опасны. В соответствии с правилами абсурдистской эстетики в романе существуют необходимость должности Землемера для персонализации разграничения политического и неполитического, и невозможность ее исполнения, поскольку ничего неполитического, кроме самого К., не существует. Впрочем, и сам К. также в деревне не существует, именно поэтому ему так и не предоставляют право жизни в этом мире: «Землемер К. должен сначала добиваться того, чтобы утвердиться в деревне. Это нелегко, так как никто не нуждается в его услугах... так с кажущейся бессмысленностью бродил он по округе и был занят ничем иным, как нарушением деревенского покоя»<sup>3</sup>.

Роман моделирует ситуацию, при которой политическое полностью накрывает область неполитического. Этот же момент стал смысловым стержнем

---

<sup>3</sup> См.: Брод М. Послесловия и примечания к роману «Замок» (<http://www.kafka.ru/kritika/read/poslesloviya-i-PP-imechaniya>).

многочисленных антиутопий (Замятин, Платонов, Оуэн, Хаксли и др.)<sup>4</sup> первой половины XX века, т. е. периода, связанного с высшей точкой развития политических проектов модерна.

К таким проектам некоторые исследователи относят фашизм, коммунизм, либерализм. Всем политическим проектам модерна были свойственны экстенсивное развитие технологий и сверхэксплуатация ресурсов, в том числе и человеческих, пропаганда искусственно сконструированного образа будущего, реконструкция истории под образ будущего, расширение пропагандистского давления с помощью СМИ, репрессии, эксплуатация образа внутреннего и внешнего врага, выделение какого-то одного принципа организации общественной жизни в ущерб остальным (тоталитарный идеологический дискурс), мессианские претензии по спасению мира от «неправильного» устройства, гипертрофированная рациональность повседневности. Вместе с тем их нельзя рассматривать рядоположенными, поскольку идеологические парадигмы существенно различались. Именно это обстоятельство обусловило возникновение жесткой конкуренции сразу же при их появлении. Конкурировали и враждовали не сколько экономические системы, как нас учили в советское время, а модернистские политические проекты. Существенно отличной оказалась и их историческая судьба.

Фашизм сформировался позже всех и ушел раньше всех. Провал фашизма вероятнее всего связан с тезисом расового превосходства и антихристианской направленностью идеологии, что ограничивало распространение фашистской идеологии на другие народы и определяло поведение и психологию ее адептов таким образом, что в восприятии цивилизованного человечества они представляли варварами и убийцами. Фашистский проект не выдержал конкуренции с коммунистическим и, надемся, окончательно ушел в историческое небытие.

Коммунистическая идея также характеризовалась антихристианством. Однако в отличие от фашизма она эксплуатировала не расовое, а классовое разделение, что обеспечило практически неограниченный ареал ее распространения. Образ будущего — коммунизм как царство социальной справедливости — представлялся результатом научно-технического прогресса, помноженного на

---

<sup>4</sup> Следует упомянуть и философские романы-антиутопии А. Зиновьева вышедшие в свет во второй половине XX века.

правильно, т. е. научно, организованную в соответствии с марксистско-ленинским учением повседневную жизнь. Крах коммунистического проекта правомерно связывать с распадом СССР, несмотря на то, что в отличие от фашизма коммунистическая идеология еще продолжает оказывать существенное влияние на мировое общественное устройство и остается основой государственности некоторых стран мира. Можно констатировать — коммунистический проект не выдержал конкуренции с либеральным из-за того, что в его теории полагалось неограниченность возможности конструирования общественного сознания посредством рационализации материальной жизни (базиса). Либеральный проект победил коммунистический с помощью идеальных инструментов, манипулируя ценами на нефть и бомбардируя устоявшиеся внутри СССР формы общественной связности и сознания гибкими, адаптивными идеологическими концептами<sup>5</sup>.

Судьба либерального проекта сложилась успешнее всего, однако и его следует считать завершенным или, по крайней мере, близким к завершению. Историю формирования либерализма можно отсчитывать с начала буржуазных революций в Европе, однако наиболее полно этот проект был реализован в Северной Америке<sup>6</sup>. Его суть — ценности общества потребления и «государства всеобщего благоденствия». Посредством этой идеальной модели государственности осуществляется слияние политического и экономического, и в результате деньги (шире — рыночные коммуникации) становятся инструментом и сущностью политики. Образ будущего здесь — глобальная социэкономическая система центрированная собственником финансовых коммуникаций — США. Подобное чуть было не произошло на самом деле, но вмешался мировой кризис кредитной системы. Лопнувший финансовый пузырь показал не только ограниченность спекулятивных методов экономики, но и несостоятельность либеральных методов политики.

С системной позиции, рассмотренные политические проекты модерна сходны в том отношении, что их становление и развитие осуществлялось посредством расширения пространства политического за счет поглощения пространства неполитического. Обыватель насильственно вовлекался в полити-

---

<sup>5</sup> См.: Громыко Ю. Оружие, поражающее сознание, — что это такое? (<http://jarki.ru/wГРесс/2010/04/28/1120/>).

<sup>6</sup> См.: Хантингтон С. Политический порядок в меняющихся обществах. М., 2004.

ческую реальность, приобретая статус политического актора, оставаясь вне элиты. Это, с одной стороны, расширяло область политического, но, с другой — уменьшало область неполитического, которая, как было показано выше, необходима для самого существования политики. Кроме того умножение числа политических акторов, даже не принадлежащих элите, усложняло задачи управления политическими процессами. Эффект обмирщения политического, его профанация приводили к открытию новых множественных социальных лифтов и, как следствие, к размыванию профессионализма политических элит, что в конечном итоге заставляло выработать упрощенные модели управления. Так рационализация обернулась своей противоположностью — дебилизацией: чем проще управленческая модель, тем легче готовить и менять кадры и тем меньшие требования к ним можно предъявлять. В силу этого система управления приобрела механистический характер. Ее примитивизм потребовал, с одной стороны, разработки равносложных объяснительных теорий и форм теоретического мышления, а с другой, — в силу неадекватности механизма политического управления организму общественной жизни заставил расширять использование административно-репрессивных методов на практике. Это системное противоречие, заложенное с самого начала в политические проекты модерна, не оставляет им никаких шансов для дальнейшего развертывания.

Модерн исчерпал возможности расширения политической реальности. В результате всякая субъектность стала политически определенной. Это должно было привести (и отчасти привело) к исчезновению политического как самостоятельной категории, к стиранию различий с другими социально-значимыми детерминантами. Модерн растворил политику в повседневности, фактически уничтожил ее. Однако постмодерн, который в отличие от модерна допускает существование в одном и том же субъекте множества идентичностей, как будто бы спасает политическое, переформируя его в сложную коммуникационную структуру, имеющую функционально-прагматическое назначение. Даже на уровне межгосударственных отношений сегодня нередко возникает ситуация, при которой одно и то же государство вступает в союзы, конкурирующие между собой, т. е. становится царством, разделенным в самом себе. Но можно ли по-прежнему рассматривать подобное в политическом ракурсе?

## Четвертая политическая сила

Политический ландшафт XXI века дополнился новой силой — горизонтальной открытой структурой, формирующейся в информационно-коммуникативном пространстве. Причем оказалось возможным не только ввести различия политических акторов по основаниям вертикальные–горизонтальные и открытые–закрытые, но и доказать, что они находятся в системном противоречии друг с другом. Последнее обстоятельство заставляет учитывать коммуникативные факторы возможных социальных потрясений и трансформаций. Иными словами можно констатировать рождение открытой и горизонтальной четвертой политической силы, уходящей от традиционной культуры древа к постмодернистской культуре ризомы<sup>1</sup>.

Недавно стало известно, что США намерены создать так называемый «теневого Интернет»<sup>2</sup> в помощь иностранным диссидентам. Иными словами запланировано создание системы, которая будет обеспечивать возможность доступа в Сеть в тех странах, где власти контролируют и, при желании, отключают интернет и сотовую связь. Речь идет о мобильном устройстве, которое можно будет переправить через границу какого-либо государства и быстро настроить там беспроводную связь, способную, в частности, обеспечить попадание во все-

---

<sup>1</sup> О «Ризоме» см.: Deleuze G., Guattari F. A Thousand Plateaus: Capitalism and Schizophrenia. Minneapolis: Univ. of Minnesota PП, 1987.

<sup>2</sup> См.: в U.S. Underwrites Internet Detour Around Censors // The New York Times, 2011. 12.06.

мирную Сеть, обеспечивая, таким образом, координацию действий оппозиций. По данным *The New York Times*, на эти разработки уже выделен государственный грант в два миллиона долларов.

Вероятно, это идея связана с тем, что эффективность подобной координации оппозиции с помощью интернет-технологий блестяще была продемонстрирована вначале на Манежной площади в Москве, а затем, уже в полном масштабе, во время так называемой арабской весны в странах Северной Африки.

Подобный опыт у США имеется, в частности они создали телефонную сеть в Афганистане, которую не смогли бы отключать талибы, поскольку трансляторы были расположены на территории военных баз. Впрочем, в данном случае речь идет о другой технологической базе. И дело вовсе не в технологии.

Вероятно также, что именно в связи с «фэйсбукowymi революциями» Президент Казахстана Нурсултан Назарбаев предложил ввести в международное право понятие «электронного суверенитета» государства. Это понятие предполагает легитимность не только территориальных границ, но и электронных. Как заявил Назарбаев 15 июня на саммите Шанхайской организации сотрудничества (ШОС), «сетевой деструктив» можно поставить в один ряд с такими угрозами, как терроризм, сепаратизм, экстремизм и глобальный наркотрафик.

Более сдержанно выступил по этому поводу Президент России Дмитрий Медведев. Он сказал, что ШОС намерена представить на рассмотрение ООН проект правил поведения государств в области обеспечения международной информационной безопасности<sup>3</sup>.

Важно отметить, что инициатива США и инициатива ШОС совмещены по времени. Они появились после того, как интернет-коммуникации проявили себя в качестве значимого политического ресурса.

Политики стали относиться к Интернету всерьез, однако пока не до конца поняли, с чем столкнулись на самом деле.

Государственный департамент США увидел в Интернете еще одно средство распространения своей идеологии, которую, по наивности, вслед за коммунистами, полагает единственно верной, и не понимает, что Интернет и де-

---

<sup>3</sup> См.: Всеобщую декларацию прав человека. URL: [http://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/declarations/declhr.shtml](http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/declhr.shtml)

мократия по-американски системно несовместны. Стало быть, строительство «теневого Интернета» — это «пиление сука, на котором сидишь».

Назарбаев и страны ШОС — прежде всего Китай, имеющие опыт когда-то весьма эффективной тоталитарной бюрократии, почувствовав реальную угрозу привычной структуре власти, пытаются отгородиться от нее прежними методами. Такой подход обречен на провал, не только потому, что технологически это невозможно, но и потому, что уже во всех странах появилось поколение с иным форматом общения, не допускающее применения герметизирующих информации мер.

Эти идеи непосредственно противоречат тому факту, что в список базовых прав человека<sup>4</sup>, регулируемый ООН, уже включены права на доступ во всемирную Сеть. В докладе ООН проводится мысль, что полноценное существование человека XXI века без использования веб-сервисов невозможно. Практическим следствием включения «права на Интернет» в список базовых прав будет ужесточение риторики международных организаций против интернет-цензуры. В самом докладе ООН, который цитирует издание *The Atlantic*, с осуждением отмечается, что ограничение сетевой активности возведено рядом стран в ранг государственной политики. Критике в этом отношении подвергаются не только авторитарные режимы, но и демократические Швеция и США. В частности отмечается уголовное преследование основателя Wikileaks Джулиана Ассанжа.

Право на доступ в Интернет трактуется в докладе как возможность его полноценного использования, что подразумевает приравнивание ограничения на подключение к популярным ресурсам мировой паутины, таких как Twitter и Facebook, к нарушению базовых свобод, среди которых свобода совести и собраний.

Таковы в общих чертах современные тенденции выстраивания отношения политики, как национальной, так и международной, к интернет-пространству. К сказанному следует только добавить, что интернет-коммуникации активно используются политиками всех уровней для решения своих задач. При этом Интернет чаще всего рассматривается в качестве дополнительного средства

---

<sup>4</sup> См.: URL: <http://www.km.ru/v-mire/2011/06/07/oon/dostup-v-internet-PIP> iravnjali-k-bazovym-PIP avam-cheloveka

реализации политических задач, в то время как ясно, что это уже не средство, а новая форма индивидуального, социального и политического бытия.

Речь идет прежде всего о необходимости оценки социогенности виртуальных коммуникативных структур и, как следствие, допустимости рассмотрения интернет-сообществ в качестве политических акторов, а также их отличия от политических структур оффлайна.

В этом отношении можно исходить из двух предположений.

Первое: все, что происходит в сети, т.е. все возникающие в ней организационности, реализуют выдвинутый еще Э. Каппом, принцип органопроекции. Сеть как вещь, сделанная руками человека, есть проекция человеческих органов, точно так же, как и другие вещи: молоток, самолет, телевизор, бомба. Этот подход в интерпретации Маршалла Маклюэна, хотя он и не использует термин «органопроекция», приводит к пониманию медиа как продолжения человеческих органов чувств (модальностей). Прежде всего — зрения, слуха и осязания. Сеть, таким образом, можно рассматривать как медиарасширение тактильной и кинестетической модальностей. Они в комбинации с органопроекцией человеческого мозга составляют достаточно жуткое существо, способное думать и осязать окружающий мир. Однако в этом существе нет ничего внечеловеческого. Следовательно, все, что происходит в Сети, есть продолжение того, что происходит во вне её. Онлайн-социальность здесь — переведенная на язык интернет-коммуникаций оффлайн-социальность. Даже новые виды социопатий, взращенные в Сети, всего лишь сетевая форма знакомых посюсторонних от экрана социопатий. Например: многониковость — одна из форм расслоения личности — шизофрении, лудомания — одна из форм наркомании, и так далее. Мы найдем в Сети проявления эпилепсии, истерии, аутизма, сексуальных перверсий, короче говоря, всего того, что наблюдалось психиатрами и психологами задолго до появления Интернета. Но тогда и политика как форма регуляции социальной связности в Интернете — все та же политика вне его, только вооруженная новыми инструментами и вынужденная реализовываться в ситуации ускоряющихся процессов.

Второе предположение основано на том, что принцип органопроекции на Сеть уже не распространяется. Возрастающая сложность информационно-коммуникативных структур привела к качественно новому скачку, при котором в Сети стали образовываться структуры уже не человеческой, а иной природы.

В этом случае онлайн-социальность следует рассматривать как иной вид социальности, формирующей отношения и коммуникации иного рода. Причем не исключена возможность трансляции этих отношений из Сети в обыденность и повседневность. В пользу допущения такой возможности говорит, например, культурный феномен — флешмоб. Классический флешмоб — это собрание незнакомых друг с другом людей для занятия бессмысленной деятельностью в неуместном для этого месте. Иными словами, имеет место проявление трех качеств: некоммуникации, бессмысленности и неуместности. Теоретически такое не могло бы существовать в культуре в принципе, однако существует. Флешмоб вряд ли мог существовать без интернета и мобильной связи, т.е. без Сети. В современной сгущено-коммуникативной реальности всякое действие есть слово, а слово есть действие (перформативное высказывание, по Д. Остину), следовательно, «некоммуникация, бессмысленность и неуместность» — тоже высказывание. Но кто спикер? Очевидно, что не люди, которых собрали по Сети, и даже не инициаторы, поскольку последние ничего этим сказать не хотели. Спикером, стало быть, является сама Сеть, которая говорит нам: «Я есть. Я здесь. Я могу модифицировать поведение людей».

Впрочем, это слишком смелый вывод. Однако он заставляет задуматься о том, как сетевое общение влияет и будет влиять на нормы и ценности повседневности. То, что даже политики поняли, что Сеть сегодня — существенный фактор в политической игре, говорит само за себя. С помощью Интернета, Обама, например, разорвал американский семейный политический традиционализм, а Медведев стал активно наращивать политический вес, используя видеоблог и аккаунт в ЖЖ. Политика, таким образом, вошла в Сеть, или точнее Сеть вошла в политику.

Здесь не представляется возможным провести детальный анализ форм социальности, генерируемой сетевым общением и виртуальными сообществами. Кроме того, возникает вопрос: годятся ли современные методы социологии, социальной психологии и политологии для решения этой задачи или нужны новые методы? Так что, может быть, и не стоит спешить с разработкой типологий и вскрытием закономерностей. Важнее другое — осознать, что эта проблема действительно назрела, причем не только в теоретическом, но и во вполне практическом ключе. И, конечно же, нужно ответить на вопрос: какова природа нетсоциальности, все еще человеческая или уже нет?

Высказанные допущения имеют прямое отношение к идеологиям будущего. В самом деле, следствием признания действия органопроекции на Сеть является признание антропоцентричности, а для христианской культуры — Христоцентричности — мироздания, о котором очень точно сказал русский философ В.Н. Лосский: «...земля — духовно — центральна, потому что человек, прорываясь сквозь бесчисленное видимое, чтобы связать его с невидимым, есть существо центральное, то существо, которое объединяет в себе чувственное и сверхчувственное, и потому с большей полнотой, чем ангелы, участвует во всем строе “земли” и “неба.” *В центре вселенной бьется сердце Человека* (курсив мой, А.К.)»<sup>5</sup>. Напротив, отказ от этого принципа приводит к допущению возможности постчеловеческого мира, идее сингулярного перехода цивилизации в какое-то иное машинное состояние, к фактическому отказу от истории. Речь здесь идет о новой коперниканской революции, с той лишь разницей, что вместо Солнца в центр Вселенной выдвигается оцифрованная коммуникация.

Несмотря на то что лично мне безусловно ближе позиция антропоцентризма, не могу не отметить эвристическую продуктивность и противоположного взгляда, позволяющего с новых позиций проблематизировать коммуникацию. Прежде всего, становится возможным рассматривать коммуникацию в качестве самостоятельной вещи, способной существовать без своих коммуникантов, в некотором информационно-коммуникативном универсуме. Коммуникации придается онтологический статус, чем преодолевается разрыв между метафизической и эпистемической природой коммуникативного действия. Однако онтологичность коммуникации особого рода, поскольку, оторванная от своих коммуникантов, она, по сути, является чистой потенцией, или, по выражению О. Генисаретского — «возможностью», которая реализуется только актуально (здесь и сейчас). Иными словами коммуникация оказывается определима лишь в виртуальной реальности<sup>6</sup>, и, следовательно именно в виртуалистике необходимо искать ответы на вопросы о природе сетевой социогенности.

Виртуалистика, привнесшая в науку парадигмальную идею полионтологичности реальности, на самом деле возвращает человеку его законное центральное место, поскольку требует субъекта для сборки этих реальностей, и этим

<sup>5</sup> Лосский В.Н. Догматическое богословие. М., 1991, С. 234-235.

<sup>6</sup> См.: Носов Н.А. Манифест виртуалистики. М., 2001. (Тр. лаб. виртуалистики. Вып. 15.)

субъектом может быть только человек. Этим обесмысливается и дискурс о постчеловеческом мире. Но, к сожалению, лишь в теоретическом плане, поскольку на практике искус техноцентричных цивилизационных моделей остается достаточно сильным и вполне может становиться основой господствующих идеологических и политических доктрин.

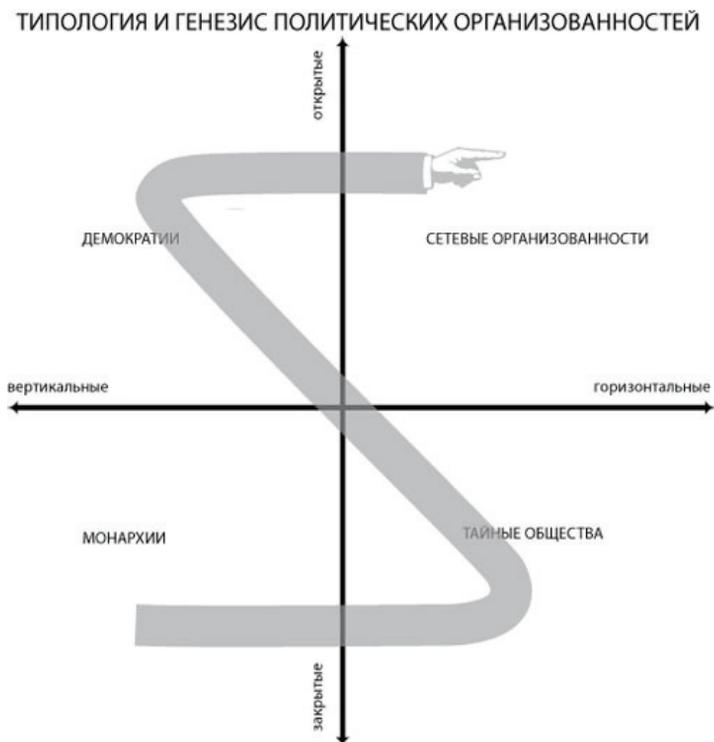
Оставаясь с этими нерешенными вопросами, тем не менее уже сейчас можно сделать вывод о том, что в политике, как национальной, так и международной, интернет-фактор становится все более ощутимым. Можно говорить о выходе на политическую арену нового политического актора, качественно отличающегося от действующих ранее.

Действительно, если рассматривать политику в целом как регуляцию совместности различных социальных групп, то возникает необходимость различения субъектов этой регуляции, политических акторов. Причем под термином «регуляция» подразумевается не столько управление, сколько воздействие как в направлении структурирования совместности, так и в прямо противоположном — разрушении устоявшихся форм общественных отношений и коммуникаций. Это обстоятельство оправдывает рассмотрение политического действия с позиции коммуникативных наук. Речь идет о воздействии, результатом которого становятся изменения в системе социальных коммуникаций. Ясно, что структура, свойственная политическому актору, будет стремиться разворачиваться во внешнюю социальную среду. Политическое действие, таким образом, — это не что иное, как трансляция системных свойств актора в социум, и насаждение в нем родственных себе моральных и нравственных норм, ценностей, эпистем.

Будем различать политических акторов, а точнее их структурные свойства с помощью конструкторов: вертикальные–горизонтальные<sup>7</sup> и открытые–закрытые (рис. 1.).

---

<sup>7</sup> Из последних работ на русском языке, вскрывающих сущность вертикальных и горизонтальных связей в политических структурах отметим: Дюверже М. Политические партии: Пер. с фр. М.: Академический Проект, 2000. (Серия Концепции.)



Закрытые вертикальные политические акторы появились в момент формирования политической власти в патриархальном обществе. Классическим примером могут служить наследственные монархии, при которых социальный статус человека непосредственно зависел от близости к правящей элите.

Почти одновременно внутри системы власти возникли закрытые горизонтальные структуры, т.е. всякого рода тайные общества, цеховые союзы, масонские общества, рыцарские ордена, религиозные секты, магические школы. Этим организациям был свойствен эзотеризм, который, собственно, и позволял их адептам буквально пронизывать систему управления государствами и влиять на политику. Отличие закрытых вертикальных и горизонтальных политических организаций состояло в том, что в вертикальных структурах социальный статус был зависим от места в управляющей иерархии, а в го-

ризонтовых — нет. Политическое действие в них осуществлялось в тени, за кулисами представления.

С развитием демократических институтов стали формироваться вертикальные открытые структуры, создающие управляющие иерархии со свойством обратной связи и допускающие множественность социальных лифтов.

Явлением XXI века можно считать актуализацию в качестве политической силы открытых горизонтальных структур, т.е. социальных сетей, сгенерированных современными коммуникативными технологиями.

Перечисленные выше политические акторы находятся в системном противоречии друг к другу, что и приводит к сменам систем управления, т.е. к революциям. Не умаляя экономических причин социальных потрясений, следует все таки обратить внимание политологов на коммуникативные факторы, которые иногда в истории оказывались определяющими. Появление четвертой политической силы — открытой и горизонтальной, ризоморфной и синергийной — знак будущих глобальных цивилизационных трансформаций.

## Политический потенциал принципа свободы слова

В постмодернистской традиции коммуникация возведена в ранг базового фактора новой «гиперреальности». По Бодрийяру, гиперреальное — это реальное без истока и причины, которое: 1) более реально, чем сама реальность; 2) операционально, т.е. оно не бытийствует, но действует (замена онтологии праксиологией); 3) устраняет саму идею соотносительности знака, превращая его в пустой: «вместо объекта репрезентации – экстаз его отрицания и ритуального уничтожения.<sup>1</sup>» Соответственно, и политическое в гиперреальности преобразуется в трансполитическое, которое, в свою очередь, ревизует базовые принципы функционирования медиа.

По словам М. Хайдеггера, свобода как экзистентное, раскрывающееся бытие наличного владеет человеком изначально, определяя соотносительность и человека (в современности) и человечества (в истории) с сущим<sup>2</sup>. Однако современные социально-коммуникативные практики становятся барьером между эссенцией (сущностью), и экзистенцией (существованием). Экзистенция сводится к образу действительности, конструируемому с помощью социально-коммуникативных практик, т.е. медиа в широком смысле, и постепенно утрачивает указанную Хайдеггером соотносительность, в том числе и соотносительность с

---

<sup>1</sup> Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М., 2000. С. 147.

<sup>2</sup> См.: Хайдеггер М. О сущности истины // Философские науки. 1989. № 4. С.88-92.

личным опытом бытийствования, замещая его медийными протезами мнений и отношений.

С другой стороны, связность, по Хайдеггеру, почти тождественность, сущности и свободы передает таким операциональным понятиям, как «свобода слова» и «гласность», почти онтологический статус. Поскольку медиа творит «как бы» реальность, то только следование принципу свободы может обеспечить конгруэнтность гиперреальности и «на самом деле» реальности.

Гиперреальность многослойна и многомерна, и требование ее соотносительности реальности означает, что и реальность также многослойна и многомерна. Опыт восприятия гиперреальности, таким образом, приводит к отказу от плоских и линейных картин бытия, от прямых причинно-следственных связей, от жестких категориальных делений и от целого ряда базовых различий (например, «общее — частное», «простое — сложное»), к которым привыкло рациональное человеческое мышление. При этом ответственность за установление конгруэнтности реальности и гиперреальности, политического и трансполитического ложится в основном на коммуникативную сферу бытия, т.е. именно в коммуникативной зоне следует заново переопределять понятия «свобода», «истина», «сущность».

Многослойность гиперреальности подразумевает наличие в ней системы идеологических и политических наслоений, а также всевозможных практик, как будто бы напрямую не связанных с политикой. Однако сама по себе гиперреальность является расширением политического, следовательно, все, что к ней относится, есть неполитическое отражение политического и свертка коммуникативного. Причем ближе всего политическое выражается в практике современных СМИ, независимо от того, участвуют ли СМИ непосредственно в политических процессах, или же работают во внеполитической зоне. «Свобода слова» для СМИ становится отнюдь не техническим понятием и сводится к тому, в какой степени существующие отношения между журналистом (изданием), читателем (аудиторией), собственником (в том числе и государством) определяют конечный продукт журналистской деятельности — общественное мнение и его инструменты. Иными словами, что такое свобода СМИ в отношениях журналист–читатель, журналист–собственник, собственник–читатель?

Отношение *журналист — читатель* определяется позицией журналистики. Если журналистика — это призвание, т.е. деятельность, имеющая какую-то

высшую цель, то журналисту нужно быть впереди читателя. Если журналистика — это производство чтения, то с точностью до наоборот, нужно плестись за читателя, чтобы следить, куда он думает повернуть.

На практике существует и та, и другая журналистика. Первую можно назвать мессианской, вторую — обслуживающей. И та, и другая может быть как плохой, так и хорошей, как честной, так и лживой. При этом журналист все равно остается ответственным не только за достоверность информации, но и за вкус читателя. Чем более низкопробную продукцию выдает бульварная журналистика, тем менее востребованной становится журналистика качественная и тем более сужается область профессиональной и личностной реализации каждого журналиста.

Взаимоотношения между журналистом и читателем, как, впрочем, и любые другие отношения между субъектами, могут быть интерпретированы с помощью простой модели Э. Берна<sup>3</sup>, при которой всякое взаимодействие может носить характер либо «родитель–ребенок», либо «взрослый – взрослый». Отношения типа родитель–ребенок возникают и при мессианской, и при обслуживающей журналистике. Сложнее обстоит дело при возникновении отношений «взрослый–взрослый», т.е. когда и журналист, и читатель в диалоговом общении трудятся над совершенствованием реальности. Здесь актуализируется коммуникативная функция журналистики, предполагающая признание читателя соавтором журналистского текста.

Итак, журналистика по отношению к аудитории может находиться в позиции ведущего, ведомого или попутчика. Ее свобода определяется тем, насколько она способна выполнять возложенные на нее функции. С этим же непосредственно связано исполнение журналистикой властной роли. В первом случае: стратегия и целеполагание, во втором – служение, а не обслуживание, т.е. профессионализм в подаче необходимой аудитории информации, в третьем – организационная связь с ценностями, устремлениями и тяготами народа.

Отношение *журналист — собственник* раскрывается в зависимости от того, кого мы подразумеваем под собственником, и собственником чего он является.

---

<sup>3</sup> Берн Эрик (1902–1970) — американский психолог и психиатр. В разработанном им трансактном анализе выделяется три типа эго-состояния (актуального способа существования Я субъекта): «родитель», «ребенок» и «взрослый».

Собственник в прямом экономическом смысле – это непосредственно владелец того или иного средства массовой информации, использующий его в своих целях, среди которых защита элементарных экономических интересов (прибыль, капитализация, контролирование сектора рынка). Если собственником является политическая сила, то главным становится накопление символического капитала, контроль рынка идей, пропагандистская деятельность и т. п. И в том, и в другом случае существуют рамки политики издания, видения и миссии, (в менеджментском смысле этого слова), которые определяет собственник, и которые должны соблюдать сотрудники-журналисты. Под собственником мы можем также подразумевать государство и общество в целом, которое формирует социальный заказ СМИ и включает некоторые правила, регулирующие их деятельность. Общество в целом является собственником производимой информации, а журналистика – ее пользователем. Поэтому общество обладает правом регулировать потоки информации, закрывать или открывать их.

Общеизвестна философская традиция рассмотрения проблемы свободы вместе с проблемой необходимости<sup>4</sup>. По Далю, «необходимый – это нужный, надобный, без чего нельзя быть, нельзя обойтись; чего нельзя обойти. *Мне книги эти необходимы или необходимо нужны. Мель эта не обходима, она легла поперек всего русла, образует порог, пережат*».

Иными словами, *не-обходимость* – это пространственное понятие, определяющее непроницаемые стены лабиринта жизненного пути. Обойти или пройти сквозь них невозможно, но можно путешествовать, не натываясь на преграды. Для этого нужно знать их местонахождение, т.е. карту лабиринта. Мера этого знания и есть свобода.

---

<sup>4</sup> «Свобода есть отсутствие всяких препятствий к действию», поскольку препятствия «не содержатся в природе и во внутренних качествах действующего субъекта» и «все добровольные действия обусловлены необходимыми причинами» (Т. Гоббс); «поскольку душа познает вещи как необходимые, она имеет тем большую власть над аффектами, иными словами, тем менее страдает от них... Свобода есть познанный необходимость» (Б. Спиноза); свобода возможна лишь «в соединении со всеобщим законом естественной необходимости» (И. Кант); «мера возможной свободы доступное каждой эпохе сознание необходимости» (В.Ф. Асмус).

Таким образом, путь к свободе – это путь обретения мудрости и знания<sup>5</sup>. «И познаете истину, и истина сделает вас свободными»<sup>6</sup>.

Эта постоянно меняющаяся карта, вычерчивается в жизненном мире<sup>7</sup> посредством взаимодействия всех видов деятельности, или (упрощенно в нашем контексте) взаимодействия потребителей информационной продукции (индивидуумов и социальных групп) и ее собственников (издательств, политических и государственных структур, бизнес-структур).

Эта карта должна являться предметом политического анализа, в котором концепция «свободы слова» играет роль путеводной нити.

Речь идет о пространстве обмена информацией и идеями, т.е. коммуникативном пространстве, обладающем многомерной метрикой. Причем размерность его определяется объемом знаний: чем их больше, тем больше вариантов движения по лабиринту, и шансов обхода препятствий.

И потребитель информации, и ее собственник взаимодействуют в коммуникативном пространстве, вступая в переговоры о правилах обмена и привлекая СМИ в качестве посредника. Степень свободы СМИ определяется рамками, заданными в результате этих переговоров, и опосредованно зависит от того, кто из участников несет ответственность за конструирование коммуникативного пространства.

Если это прерогатива собственника (тоталитарная модель), то потребитель заведомо будет помещен в ту часть мира, которая обладает наименьшими степенями свободы (в плоскую или линейную вселенную) и посажен на информационную диету. Если, напротив, за конструирование берется потребитель, то собственник очень быстро будет разграблен, и информация в системе иссякнет (анархическая модель). Альтернативой является участие в процессе констру-

<sup>5</sup> Свобода обязана нашей «любви к мудрости» (Шеллинг); «невежда не свободен, ибо ему противостоит чужой мир», и познание исходит «из стремления устранить это состояние несвободы... Свобода имеет своей предпосылкой необходимость и содержит ее внутри себя как снятую» (Тегель); свобода возлагает на человека «миссию исключительно человеческую: обеспечить существование истины в мире, сделать мир истинным» (Ж. П. Сартр).

<sup>6</sup> Ин. 8; 32.

<sup>7</sup> Хорошей метафорой жизненного лабиринта является зона из фильма Андрея Тарковского «Сталкер», про которую главный герой говорит, что зона — это система ловушек, все они смертельно опасны: «Я не знаю, что происходит в зоне, когда в ней нет человека, но как только человек появляется, все приходит в движение. Бывшие ловушки исчезают, а безопасные места становятся непроходимыми. Я считал ее капризной, но потом понял, что причиной изменений являемся мы, а не она».

ирования реальности и той и другой сторон. Причем степень участия каждой прямо пропорциональна степени контроля над средствами и инструментами, с помощью которых осуществляется этот процесс, т.е. над СМИ. Обе стороны стремится повысить их эффективность, и одновременно ограничить их свободу. Этим трем вариантам участия в конструировании реальности соответствуют три концепции юридически фиксируемой свободы печати и журналистской деятельности: *авторитарная, полной свободы, ответственной свободы*<sup>8</sup>.

*Авторитарная* (лат. *auctogatas* «власть, влияние») – и как ее крайнее выражение — тоталитарная концепция, — исходит из того, что пользоваться свободой информационной деятельности могут лишь властные структуры, которые и являются абсолютным собственником информации. Власть представляет интересы доминирующих в обществе политических, экономических и культурных сил. Она обеспечивает снятие ограничений с принадлежащих им СМИ и закрывает возможность для работы «инакомыслящих СМИ». Именно в рамках авторитарной модели рождается такой инструмент, как цензура.

Противоположная *концепция полной свободы печати* сформировалась в борьбе с авторитаризмом. Лозунг полной свободы печати был сформулирован еще в XVII веке и спустя столетие стал одним из основных требований революционно-демократических сил.

Лозунг полной свободы печати базировался на достаточно простой и наивной идее. Революционно-демократические идеи в основе своей истинны. Поэтому они на свободном рынке идей побеждают консервативно-охранительную идеологию. Характерен риторический вопрос Дж. Мильтона: «Кто знает хоть один случай, когда бы истина была побеждена в свободной и открытой борьбе?»<sup>9</sup>

Полная свобода слова, как и абсолютная гласность, закономерно приводила к ориентации на самого нетребовательного потребителя, т.е. к размыванию культурных традиций, к уплощению информационно-коммуникативного пространства, к энтропии. Поэтому идею полной свободы слова, очевидно, можно отнести к утопической.

<sup>8</sup> См.: Сиберт Ф. С., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. М., 1998; см. также: Last Rights: Revising Four Theories of the 1P ess. Urbana; Chicago, 1996.

<sup>9</sup> История печати: Антология. М., 2001. С. 59.

Некоторым компромиссом является *концепция ответственной свободы*, которая находит отражение в строгих юридических формах государственного и международного законодательства. Как записано в документе Совета Европы «Декларация о средствах массовой информации и правах человека» зафиксированы определенные ограничения свободы слова, основанием которых является понимание того, что «средства массовой информации обязаны выполнять свои функции с чувством ответственности перед обществом и отдельными гражданами», Требование от СМИ действовать ответственно обростаёт и другими существенными запретами (пропаганды войны, расовой исключительности, религиозной, социальной розни и т. д.).

Несмотря на то что принцип свободы слова и принцип гласности регулируют отношения совершенно разных субъектов, и свобода слова и гласность неразрывно связаны как раз журналистской деятельностью. Между наличием исходной информации и возможностью ее публикации должен быть установлен определенный баланс. Если превалирует количество информации над возможностью ее обнародования, то возникает задача ее фильтрации в целях преодоления катастрофического зашумления информационного канала (естественного забалтывания). При обратной ситуации – превалирования возможностей публикации над возможностями получения информации – журналист решает задачу разжижения фактов, бесконечно повторяя одно и то же, приводя никому не нужные детали.

Такое положение невыгодно ни журналистам, ни читателям, ни тем, кто этой информацией владеет, но не хочет с ней делиться. Таким образом, гласность – это не обратная сторона принципа свободы слова, а ее органичная часть.

Сегодня общим местом является тот факт, что СМИ решают задачи не только информирования, но и манипулирования, т.е. несанкционированного изменения поведения (потребительского, электорального, правового и т. п.) в прагматических целях. Отмечая это, А.П. Ситников и М.В. Гундарин ввели понятие прагматических коммуникаций, которые, по их мнению, произвели настоящую революцию в политических отношениях и способах социального управления в XX веке<sup>10</sup>.

<sup>10</sup> См.: Ситников А.П., Гундарин М.В. Победа без победителей. М, 2003.

Основная направленность эволюции медиатехнологий заключается в том, чтобы с наименьшими затратами средств и ресурсов получить максимальный эффект воздействия. Одновременно с этим в информационных технологиях происходит так называемая дигитальная (цифровая) революция. В рамках обменного взаимодействия потребителя информации и ее собственника агенты обмена — СМИ — постепенно вооружаются до такой степени, что начинают претендовать на собственную роль конструктора реальности, формируя тем самым новый правящий класс – медиакратию.

«Иметь важную информацию — значит иметь власть; уметь отличать важную информацию от неважной означает обладать еще большей властью; возможность распространять важную информацию в собственной режиссуре или умалчивать ее означает иметь двойную власть»<sup>11</sup>.

Проблема «свободы слова» в медиированной реальности сложна, сверхактуальна и многоаспектна. Она тесно связана с широким спектром общественных, политических, экономических, антропологических и даже технологических проблем, но тем не менее поддается схематизации.

Можно предложить схему, основанную на выделении четырех компонентов:

- первый – это свобода говорить, сообразуясь со своим мнением и своей совестью {ХОЧУ ГОВОРИТЬ};
- второй – это свобода слушать, т.е. получать информацию, право знать {ХОЧУ УЗНАТЬ};
- третий – напротив, это право не слушать говорящего, защищаться от деструктивной и просто лишней информации {ЗНАТЬ НЕ ХОЧУ};
- четвертый – право не отвечать на вопросы любопытных, право на конфиденциальность {НЕ СКАЖУ}.

Причем если первые два аспекта широко обсуждаются, то третий и четвертый – редко становятся темой профессионального дискурса.

И все же формулировка понятия «свобода слова» в отрицательном виде (защита от информации и защита информации) не менее важна для понимания

<sup>11</sup> Politikwissenschaft: eine Grundlegung, Bd. 2. Hrsg. K.von Beume. Stuttgart; Berlin; Köln; Mainz, 1987. P. 60.

сущности свободы слова и применения этого принципа на практике, чем ее позитивная формулировка: свободная пресса и гласность.

Все четыре компонента находятся в конкурентных отношениях друг с другом. Свобода журналистики как пространство возможностей возникает там, где достигается консенсус между ними. Право говорения должно учитывать право неслушания, а право получения информации — право ее сокрытия. Объем зоны пересечения этих прав и есть область свободы журналиста. Там, где консенсус не возникает, становится невозможной и журналистика.

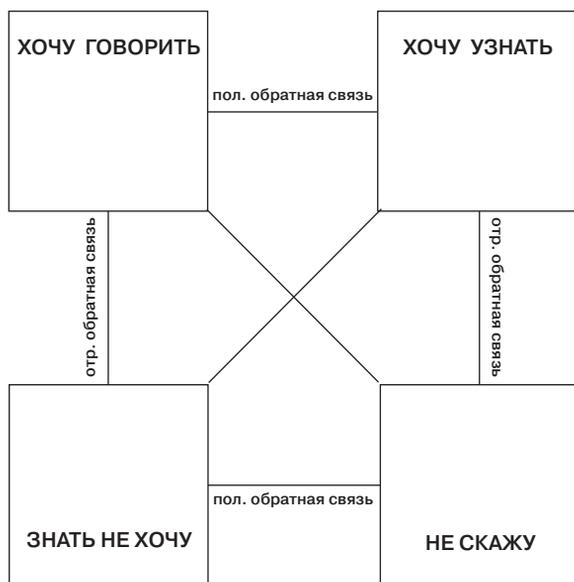


Схема взаимодействия компонентов принципа «свобода слова»

Рассмотрим эти позиции во взаимодействии несколько подробнее. На схеме показано, что четыре компонента образуют систему, обладающую шестью связями.

В общем, эта схема отражает взаимодействие двух фундаментальных человеческих потребностей:

- потребность участия в обменном информационном процессе (получение информации и излучение — трансляция — информации);

- потребность в самосохранении (сохранение самости, защита от входящего информационного потока, сохранение приватности от попыток обобществления внутренней информационной структуры).

На схеме мы обозначили эти позиции через интенциональные модусы: {ХОЧУ ГОВОРИТЬ}, {ХОЧУ УЗНАТЬ}, {ЗНАТЬ НЕ ХОЧУ}, {НЕ СКАЖУ}.

Важно отметить, что характер возникающих между ними связей различен. Можно выделить группу радиальных и контурных связей. Причем если контурные связи описывают непосредственное взаимодействие, то радиальные – опосредованное. Контурные связи, в свою очередь, могут быть разделены на две группы по типу обратной связи (положительной и отрицательной), возникающей между ними.

Пары {ХОЧУ ГОВОРИТЬ} — {ЗНАТЬ НЕ ХОЧУ} и {ХОЧУ УЗНАТЬ} — {НЕ СКАЖУ} характеризуются отрицательной обратной связью. Это означает, что они находятся в конкурентном отношении, претендуя на одну и ту же территорию. Усиление одной стороны отношения вызывает ответную реакцию другой стороны. Следовательно, данные отношения создают условия для удержания равновесности всей системы.

Действительно, интенция сообщения вынуждена преодолевать сопротивление интенции блокирования сообщения, и наоборот что приводит одновременно к техническому совершенствованию способов сообщения и способов блокирования сообщений.

Две другие пары отношений {ХОЧУ ГОВОРИТЬ} — {ХОЧУ УЗНАТЬ} и {ЗНАТЬ НЕ ХОЧУ} — {НЕ СКАЖУ}, напротив, характеризуются положительной обратной связью. Усиление одной стороны приводит к усилению другой, поскольку они находятся в состоянии не обмена, а энергетической подпитки. Интенция сообщения подпитывает интенцию познания, и наоборот. Поэтому, понятия «свобода прессы» и «гласность» находятся здесь в неразрывной связке, а достижение и того и другого осуществляется в одном и том же политическом контексте.

По свойству положительной обратной связи усиление позиций по данным осям может привести к информационному коллапсу, зашумлению информации. Аналогично автономное усиление пары {ЗНАТЬ НЕ ХОЧУ} — {НЕ

СКАЖУ} чревато герметизацией общественной жизни. Но тогда обратной стороной становится усиление колебательных процессов в системе, которые в конце концов приводят к ее разрушению. И анархия, и тоталитаризм поэтому обречены.

Характеризовать радиальные отношения {ХОЧУ УЗНАТЬ} — {ЗНАТЬ НЕ ХОЧУ} и {ХОЧУ ГОВОРИТЬ} и {НЕ СКАЖУ} как следствие их опосредованности на языке «отрицательная — положительная обратная связь» сложно, так как в них присутствует и тот и другой тип обратной связи.

Обменный процесс, возникающий между ними, формирует типичный символический рынок. Действительно, я хочу узнать последние новости. Включаю телевизор и получаю вместе с интересующими меня фактами не только набор мне не интересных, но и манипулирующих мною фактов. Например: мне предлагают рекламу тех или иных товаров, которые мне не нужны, тем самым я вынужден «продавать» часть своей защиты за право получать знания. Однако я могу использовать эти полученные знания, в том числе и те, которые мне не нужны, для того, чтобы совершенствовать механизмы фильтрации нужного и ненужного. Тем самым я все более научаюсь различать одно от другого. Следовательно, желание не знать реализуется через получение знания. Точно так же желание говорить реализуется через соглашение о запретах говорения на определенные темы, а само существование запретов оплачивается их отсутствием.

На основании рассмотренной схемы можно сделать важный вывод относительно стратегии информационной политики: устойчивость системы СМИ как социального института будет возрастать, если уделять внимание сбалансированному развитию оси «свобода слова — защита информации» и/или «гласность — защита от информации». Напротив, дисбаланс системы и в конечном счете ее разрушение наступят, если актуализируется развитие только либеральной (свобода слова, гласность) или только охранительной осей.

В совершенствовании методов сбалансированного управления свободой слова, гласностью, защитой информации и защитой от информации, на наш взгляд, заключен политический потенциал неполитического в его информационно-коммуникативном аспекте.



## ВИРТУАЛЬНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ

Неверно понимать виртуальность как нереальность (возможность, иллюзорность, потенциальность, воображение и т.п.), виртуальность есть другая реальность.

*Н.А. Носов*

Личность это виртуальный Человек, ибо недостижим, а достигаем.



Лествица прп. Иоанна Лествичника. Роспись литии церкви архангела Михаила. Монастырь Дохиар на Афоне. 1568 г.

## МИФ В ОЧЕВИДНОСТИ

*Доклад на семинаре по мифодизайну управления*

МИФ — ЭТО ОСМЫСЛЕННОЕ БЫТИЕ. Бытие, которому не придан смысл, не существует, т.е. буквально отсутствует в реальности. Бытие относится к категории возможности (лучше даже возмoженности, по О. Генисаретскому), а не объективности. Человек предполагает, что за стенами его мифа (за кругом очевидности) существует еще что-то. Если это «что-то» еще не осмыслено, то его просто нет.

За кругом очевидности пугающая пустота — пески безмыслия.

МИФ ОБ ОБЪЕКТИВНОЙ РЕАЛЬНОСТИ — попытка прикрыть образовавшуюся пустоту, придать пустоте смысл и успокоиться. Но успокоения не приходит, так как миф требует определения отношения к своим мифологемам, т.е. **ТРЕБУЕТ РЕЛИГИИ**. В данном случае требуется определение отношения, а далее, в развитии, и поклонения объективной реальности, которая смысла не имеет в силу своей объективности, т.е. поклонения пустоте.

Такие религии действительно появляются. Диалектический материализм, возведенный до уровня методологии науки, или научный позитивизм, про который замечательно сказал А. Лосев:

*“... позитивизм есть попросту пошлейший нигилизм и религия дымомоляйства. Говорили: идите к нам — у нас полный реализм, живая жизнь; вместо ваших фантазий и мечтаний откроем живые глаза и будем телесно ощущать все окружающее, весь подлинный реальный*

*мир. И что же? Вот мы пришли, бросили «фантазии» и «мечтания», открыли глаза. Оказывается — полный обман и подлог. Оказывается: на горизонт не смотри, это — наша фантазия; на небо не смотри — никакого неба нет; границы мира не ищи — никакой границы тоже нет; глазам не верь, ушам не верь, осязанию не верь..., Батюшки мои, да куда же мы это попали? Какая нелегкая занесла нас в этот бедлам, где чудятся только одни пустые дыры и мертвые точки? Нет, дяденька, не обманешь. Ты, дяденька, хотел с меня шкуру спустить, а не реалистом меня сделать. Ты дяденька вор и разбойник.»*

БЫТИЕ В ОЧЕВИДНОСТИ. Но возможно ли не выходить за круг очевидности, пребывая в ней от рождения до смерти, от «здесь» до «там»? Возможно ли чувство углубленного удовлетворения экзистенцией? Можно ли и в самом деле утверждать, что «цель жизни — жизнь». Впрочем бытие в очевидности не предполагает наличия цели. Бытие в очевидности самодостаточно, поэтому постановка цели разрушила бы миф очевидности. Перефразированная формула «смысл жизни — жизнь» — это погружение во вселенную без границ и без формы, а также без необходимости осмысления чего бы то ни было (осмысление уже дано). Следовательно бытие в очевидности — это уникальный способ **НЕСУЩЕСТВОВАНИЯ**, открытия границ мифа для внедрения пустот. Охлаждение в результате адиабатического расширения. Иными словами, это — бытие, в полном смысле.

Но в этой связи становится понятным, что реальность — это не только осмысленный миф, но и демифологизация очевидности.

Реальность — это преодоление мифа очевидности<sup>1</sup>.

## СО-МНЕНИЕ В СО-БЫТИИ

Механизмом демифологизации является со-мнение.

Со-мнение — уже со- бытие. Здесь чрезвычайно важно это «СО». Со-мнение вне бытия — фантазия, иллюзия, мнимость. Со-мнение в бытии, которое

---

<sup>1</sup> Тут удобно было бы воспользоваться терминами из виртуалистики. Консуентал — миф очевидности, виртуал — демифологизация очевидности и переход к новой очевидности (что указывает на продуктивность использования понятийного аппарата виртуалистики в задачах мифодизайна).

может быть лишь в со-бытии, — это совмещение ментальных позиций личности и того, с кем со- бытийствует личность.

Если личность со-бытийствует с самим собой, со-мнение сжимает реальность в пределе до математической точки, т.е. ведет к смыслоутрате, к суициду.

*Это путь искуса (искусства).*

Личность, со-бытийствующая с объективной реальностью и в ней черпающая материал (материю) для своего мифотворчества, наполняет пустотами самое себя, теряя вооружение, необходимое для вскрытия смыслов. Смыслы приходится добывать все большими усилиями, углубляясь в материальные основания бытия. Но и там нет ничего, кроме «НЕТ».

*Это путь научения (науки).*

Личности, способной со-бытийствовать с трансценденцией в результате сомнения в очевидности, открываются высшие смыслы. За кругом очевидности не пустота, а напротив, сгущенный мир смыслов, а далее в абсолютной трансценденции — субъект бытия и средоточения всех смыслов — Бог.

Иными словами, со-мнение, как механизм разрушения круга очевидности, здесь обогащает личность, расширяет реальность.

*Это путь Веры, или путь познания трансцендентного, сверхестественного.*

Отступление. Даниил Хармс «О ЯВЛЕНИЯХ И СУЩЕСТВОВАНИЯХ №2»

Вот бутылка с водкой, так называемый спиртуоз. А рядом вы видите Николая Ивановича Серпухова. Вот из бутылки поднимаются спиртуозные пары. Поглядите, как дышит носом Николай Иванович Серпухов. Видно, ему это очень приятно, и главным образом потому что спиртуоз.

*Но обратите внимание на то, что за спиной Николая Ивановича нет ничего. Не то чтобы там не стоял шкаф или комод, или вообще что-нибудь такое, а совсем ничего нет, даже воздуха нет. Хотите верить, хотите не верить, но за спиной Николая Ивановича нет даже безвоздушного пространства, или, как го-*

*ворится, мирового эфира. Откровенно говоря, ничего нет. Этого, конечно, и вообразить себе невозможно.*

Но на это нам наплевать, нас интересует только спиртуоз и Николай Иванович Серпухов. Вот Николай Иванович берет рукой бутылку со спиртуозом и подносит ее к своему носу. Николай Иванович нюхает и двигает ртом, как кролик.

*Теперь пришло время сказать, что не только за спиной Николая Ивановича, но впереди, так сказать перед грудью и вообще кругом, нет ничего. Полное отсутствие всякого существования, или, как острили когда-то: отсутствие всякого присутствия.*

Однако давайте интересоваться только спиртуозом и Николаем Ивановичем. Представьте себе, Николай Ивановича заглядывает во внутрь бутылки со спиртуозом, потом подносит ее к губам, запрокидывает бутылку доньшком вверх и выпивает, представьте себе, весь спиртуоз. Вот ловко! Николай Иванович выпил спиртуоз и похлопал глазами. Вот ловко! Как это он!

*А мы теперь должны сказать вот что: собственно говоря, не только за спиной Николая Ивановича, или спереди и вокруг только, а также и внутри Николая Ивановича ничего не было, ничего не существовало. Оно, конечно, могло быть так, как мы только что сказали, а сам Николай Иванович мог при этом восхитительно существовать. Это, конечно, верно. Но, откровенно говоря, вся штука в том, что Николай Иванович не существовал и не существует. Вот в чем штука-то.*

Вы спросите: «А как же бутылка со спиртуозом? Особенно, куда вот делся спиртуоз, если его выпил несуществующий Николай Иванович? Бутылка, скажем, осталась, а где же спиртуоз? Только что был, а вдруг его и нет. Ведь Николай Иванович не существует, говорите вы. Вот как же это так?» Тут мы и сами теряемся в догадках. А впрочем, что же это мы говорим? Ведь мы сказали, что как внутри, так и снаружи Николая Ивановича ничего не существует. А раз ни

внутри, ни снаружи ничего не существует, то значит, и бутылки не существует. Так ведь?

Но с другой стороны, обратите внимание на следующее: если мы говорим, что ничего не существует ни изнутри, ни снаружи, то является вопрос: изнутри и снаружи чего? Что-то, видно, все же существует? А может, и не существует. Тогда для чего же мы говорим изнутри и снаружи? Нет, тут явно тупик.

И мы сами не знаем, что сказать. До свидания. ВСП. 18 сентября 1934 года.

## МИФ УМЕР — ДА ЗДРАВСТВУЕТ МИФ

Миф — реальность пока он очевидность.

Очевидность, подвергнутая сомнению и названная мифом, перестает быть реальностью.

Миф, названный мифом, не миф, или, в лучшем случае, миф для того, кто об этом еще не узнал.

Реальный миф — очевидность — исчезает, как только к ней вырабатывается отношение как к мифу.

Миф познается через свое уничтожение.

Но миф это «огонь мерцающий в сосуде», это еще не открытый смысл.

В очевидности все смыслы открыты и стерты с доски «здесь и сейчас».

Следовательно, очевидность — это то, что не существует, и следовательно, очевидность это не миф.

Где же тогда миф? Вероятно — на острие данного противоречия, вероятно — только «здесь и сейчас».

*Миф это актуализированная очевидность еще не подвергнувшаяся, но уже открытая для сомнения.*

## ПРИЛОЖЕНИЯ ДЛЯ МИФОДИЗАЙНА

Из приведенных размышлений можно сделать следующие осторожные выводы в приложении к мифодизайну.

1. Очевидность — понятие религиозное, так как предполагает определение отношения к реализующимся в ней мифологемам.

2. Конструирование очевидности может происходить по трем сценариям, каждый из которых приводит либо к сужению, либо к стабилизации, либо к расширению жизненного пространства личности.
  1. Превращения очевидности в самоочевидность себя любимого. Со-бытие с собой. Иррационализация реальности и ее сужение.
  2. Наполнение очевидностью объективной реальности. Со-бытие с тварным миром. Рационализация реальности и ее стабилизация.
  3. Наполнение высшими смыслами. Со-бытие с Богом. Трансрационализация реальности и ее расширение.
3. Демифологизация — необходимый инструмент для проявления мифа, как уже существующего, так и будущего, возможного.
4. Этапы демифологизации:
  1. Называние (анализ, спекуляция, вербализация вскрытых смыслов) очевидности мифов первый этап демифологизации.
  2. Актуализация очевидности — второй этап демифологизации. Цель актуализации — открытия очевидности для со-мнения.
  3. Со-мнение в процессе со-бытия. Успех этого этапа зависит от того, с кем будет осуществляться со-бытие. Новые смыслы, вскрытые здесь, и станут основой новой очевидности.
5. Роль мифодизайнера:
  1. экран и указка для репрезентации очевидности;
  2. мел для вербализации (превращения смыслов в текст) очевидностей;
  3. тряпка для стирания очевидностей;
  4. а также одновременно провокатор и проповедник.

## Структура виртуального события

### Личностный потенциал

Виртуал, являясь онтологической категорией, психологически переживается человеком на всех уровнях его организации. Это состояние знакомо и индивидуальной психологии, и личностной. Для личностной психологии оно имеет особый интерес, поскольку на личностном уровне психологическая виртуальная реальность может надежно рефлексироваться. Поэтому имеет смысл рассмотреть личностную деятельность, а в качестве одной из ее форм — решение социальных задач.

Личность в процессе социальной деятельности ставит перед собой определенные задачи; сводящиеся к тому или иному преобразованию социума, в котором осуществляется деятельность. Таким образом, личностная социальная задача есть не что иное, как задача по преобразованию социума, а точнее, системы социальных отношений, в которые погружен или хочет погрузиться субъект деятельности. Способность к решению личностных социальных задач, как и в целом способность к какой-либо деятельности, есть проявление личностного качества, принятого называть интеллектом. Интеллект, в свою очередь, дифференцируется: так, личность может проявить хорошие способности к деятельности одного типа и быть совершенно неспособной к деятельности другого типа. Это дает основание ввести понятие социального интеллекта, как личностной способности к решению социальных задач и компетентности в этом специфическом виде деятельности.

Событие решения социальной задачи предполагает участие в этом, как минимум, трех объектов:

- Субъекта деятельности (личности).
- Предмета деятельности (социальной системы или социума).
- Социальной задачи.

Для каждого конкретного события между социальной задачей, предметом деятельности (социумом) и субъектом деятельности, взявшимся решать эту задачу, в данном социуме существуют отношения, которые иллюстрирует Рисунок 1.

Решение социальной задачи, как уже отмечалось, является событием. Событие имеет пространственную и временную локализацию. Оно обладает временной протяженностью и местом действия. Причем субъект деятельности может участвовать одновременно во многих событиях, среди которых есть и такие, которые начались задолго до появления субъекта на свет, окончатся после его смерти, а пространственно охватывают весь экос. Тем не менее, очевидно, что множество событий по крайней мере счетно (или конечно). Это значит, что события можно пронумеровать, привязавшись, например, к моменту начала. А в том случае, когда одновременно начинается несколько событий, можно допустить, что всегда существует способ их ранжирования.

Субъект деятельности представим в форме набора всех личностных качеств и свойств, потребностей, установок, ценностей, знаний, умений, навыков и личностных черт, имеющих значение при решении социальной задачи. Совокупность этих объектов обозначим множеством  $\mathbf{An}$  и закодируем его двоичной последовательностью ( $\mathbf{100}$ ) или  $\mathbf{An}(\mathbf{100})$ . Нижний индекс  $n$  — это номер события.

Предмет деятельности (социум или социальная система) представим в виде набора свойств ее характеризующих, к которым можно отнести совокупность межличностных отношений, групповые или массовые ценности, потребности и установки, коммуникационные характеристики и т.п. Их совокупность образует множество  $\mathbf{Cn}(\mathbf{001})$ .

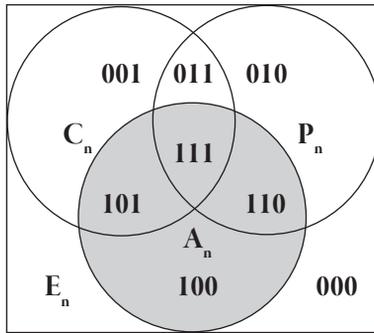
Социальная задача есть некоторое преобразование социума и, понятно, что набор всех возможных преобразований зависит от того, что необходимо преобразовывать. Совокупность социальных задач порождается самим социумом.

Содержательно она представляет из себя набор целей преобразования, средств их достижения, ценностных критериев и тому подобных объектов необходимых для постановки и решения задачи. Обозначим эту совокупность множеством  $P_n(010)$ .

Наконец, внешнюю среду, представляющую из себя совокупность социальных объектов и их характеристик, не участвующих в данном событии обозначим множеством  $E_n(000)$ .

В результате получим:

**Рисунок 1**



Взаимопересечения  $(A_n \cup P_n \cup C_n \cup E_n)$  задают систему множеств, состоящую из 8 разбиений, ее можно представить в виде  $\{ijk\}_n^{APC}$ , где  $i, j, k = (0, 1)$ , а индексы обозначают:  $n$  — номер события, APC — описание события множествами  $A_n, P_n$  и  $C_n$ .

Итак:

$$(A_n \cup P_n \cup C_n \cup E_n) \Rightarrow \{ijk\}_n^{APC}$$

Например, взаимодействие субъекта деятельности, предмета деятельности и социальной задачи, т.е. области где деятельность реально осуществляется, имеет вид:

$$A_n \cup P_n \cup C_n \Rightarrow \{111\}_n^{APC}$$

так как

$$(100) + (010) + (001) = (111)$$

Каждое из разбиений определяет множество или предметную область, обладающую своими свойствами.

Особый интерес представляют вырожденные случаи, когда одна или несколько областей  $\{ijk\}_n^{APC}$  являются пустыми множествами  $\emptyset$ . Причем возможно всего  $2^n$  таких ситуаций, где  $n = 8$ , т.е. всего 256.

Таким способом может быть построена полная система (типология) качественно описывающая все возможные случаи решения социальных задач, что вероятно окажется практически полезным.

Если возникает проблема отнесения конкретной жизненной ситуации (конкретного события) к одному из 256 типов, то ее можно решить либо методом экспертного оценивания, либо созданием специальной социопсиходиагностической методики.

Ограничимся лишь наиболее типичными и интересными случаями. Их представляет:

**Таблица 1**

$\{ijk\}_n^{APC}$	Def	$\{ijk\}_n^{APC} = \emptyset$
Значение	описание предметной области	вырожденный случай
<b>000</b>	внешняя социальная среда	Отсутствие внешней социальной Среды можно трактовать как сверхжесткую связь субъекта с данным социумом. В качестве примера можно привести роль гражданина в тоталитарном Государстве (модель муравейника). Возможна и обратная ситуация, когда социальная деятельность субъекта приобретает глобальный характер (роль гения). И в том, и в другом случае можно говорить о психологическом виртуале т.е. виртуальном характере переживания субъектом ситуации, который может принимать гратуальные и ингратуальные формы.

<b>001</b>	неизменяемая в данном событии часть социума	Социум, во всем подверженный изменениям, сам по себе является временным образованием. Примером может служить очередь к врачу или уличная толпа, т.е. группа, находящаяся в диффузном состоянии, масса, не имеющая структуры. Если при этом не пуста область {111}, а область {011} пуста, — неструктурированная масса приобретает пирамидальную схему организации. Ситуация Герой и Толпа.
<b>010</b>	потенциальные социальные задачи, т.е. задачи допустимые для данного социума, но не актуализированные социумом и не освоенные данным субъектом деятельности	Эта ситуация может трактоваться в общем случае как полнота социальной системы (заполненность всех уровней ее внутренней организации), т.е. как завершающая фаза ее развития. Роль субъекта деятельности можно прояснить, рассмотрев детально суперпозицию данного вырожденного случая с другими.
<b>011</b>	социальные задачи, решаемые без участия данного субъекта деятельности	Данный социум находится под полным контролем субъекта деятельности — авторитарная схема управления.
<b>100</b>	не реализуемая в данном событии часть субъекта деятельности	Весь потенциал личности задействован в решении данной задачи. Ситуация, невозможная в консенсале, но часто реализуемая в гратуале. Если при этом оказывается пустой область {111}, то налицо глубокий инграуал, ведущий к деградации личности.

<b>101</b>	область социума, в которую включен субъект деятельности, но которой не подвергается изменениям; субъект деятельности выступает в ней в качестве наблюдателя	Отсутствие «наблюдательной» стратегии у субъекта деятельности может трактоваться по разному в зависимости от других вырожденных случаев. При их отсутствии — максимально жесткий стиль решения социальной задачи.
<b>110</b>	социальные задачи, освоенные субъектом деятельности, но не актуализированные деятельностью	Уровень сверхкомпетентности субъекта деятельности. Это ситуация при отсутствии наложения других вырожденных случаев превращает социальную деятельность в консуентальный процесс. Если же при этом оказывается пустой область <b>{111}</b> , то субъект занимает позицию добровольного аутсайдера.
<b>111</b>	область социальной деятельности субъекта деятельности	Субъект по той или иной причине не решает социальную задачу.

Если теперь осуществить свертку  $\{ijk\}_n^{APC}$  по всем возможным **P** и **C** до  $n=N_{(фактуально)}$ , то полученная в результате система множеств (формула 2):

$$\{ijk\}_N^A = \bigcup_{p,c} \{ijk\}_n^{APC} \quad \text{Формула 2}$$

будет характеризовать потенциальные способности к решению социальных задач (а фактически к социальному бытию) личности, пережившей к настоящему моменту времени  $t=t_{акт}$ , **N** — событий. Поскольку события пронумерованы по факту их начала, часть из событийного ряда к моменту  $t=t_{акт}$  окажется не завершенной. Имеет смысл различать завершенные события и длящиеся, т.е.

$$N = N_0 + N_t, \quad \text{где} \quad N_0 \text{ — число завершенных событий;} \\ N_t \text{ — число незавершенных событий}$$

Назовем систему  $\{\mathbf{ijk}\}_N^A$  личностным потенциалом и обозначим его славянской буквой  $\Psi_{\mathbf{tN}}$ , где  $\mathbf{t}$  обобщает нижний индекс  $N$  и характеризует психологическое время.

Итак:

$$\Psi_{\mathbf{tN}} = \{\mathbf{ijk}\}_N^A \quad \text{Формула 3}$$

### Психологическое соотношение неопределенностей

Личностный потенциал  $\Psi_{\mathbf{t}}$  характеризуется системой  $\{\mathbf{ijk}\}_N^A$ , которую можно разбить на две подсистемы. Первая  $\{\mathbf{111}\}\{\mathbf{110}\}\{\mathbf{101}\}\{\mathbf{100}\}$ , или  $\{\mathbf{1jk}\}$ , отражает действительную часть личностного потенциала, являющуюся итогом в той или иной степени реализованного жизненного опыта. Поэтому его логично назвать действительным потенциалом личности ( $\mathbf{D}^A$ ).

Вторая же  $\{\mathbf{011}\}\{\mathbf{010}\}\{\mathbf{001}\}\{\mathbf{000}\}$ , или  $\{\mathbf{0jk}\}$ , представляет как бы область нереализованных возможностей, с которой личность соприкасалась в процессе решения социальных задач опосредованно. Тем не менее эта предметная область структурировалась личностью в процессе деятельности и является тем самым реально присутствующей, хотя и невидимой (мнимой) личностной компонентой. Назовем ее внешним виртуальным потенциалом личности ( $\mathbf{V}^A$ ), или точнее, экстровиртуальным потенциалом личности.

Итак:

$$\Psi_{\mathbf{t}} = \mathbf{D}^A + \mathbf{V}^A \quad \text{Формула 4}$$

Полученное представление дает возможность обозначить принципиальные границы практической оценки и соответственно, диагностики социального потенциала личности. Действительно, если относительно  $\mathbf{D}^A$  с использованием психодиагностических процедур допустимо проводить какие-либо измерения и делать определенные выводы с известной долей корректности, то для  $\mathbf{V}^A$  применение психодиагностики будет явно не корректным. Влияние  $\mathbf{V}^A$  на деятельность субъекта трудно переоценить, поскольку это структурированная личность, но внешняя по отношению к ней социальная Среда, своего рода средовая рефлексия личности, ее объемное и точное, почти голографическое изображение, но не доступное ни восприятию, ни памяти. Воистину нам не

дано предугадать, как наше слово отзовется, но то, что отзовется и отзовется самым непредсказуемым образом, в этом можно быть уверенным. Здесь речь идет даже не о слове, а о неизвестных нам возмущениях универсума, возникающих в результате самого факта нашего существования. Действительно, сколько событий произошло с нашим виртуальным участием и сколько людей объединилось только лишь нашим именем познакомившись в ситуациях, созданных нами! И нам неизвестно, к добру это было или ко злу, но мы несем за это ответственность.

Мы вправе сформулировать и вопрос о субстанциональной представленности  $V^A$ . Насколько внешний виртуальный потенциал и в самом деле вне человека? Может быть, в соответствии с идеей микрокосма и всеобщей информационно-взаимосвязи в нашей душе отведено место и для того, что мы никогда в жизни не видели, не слышали в чем никогда не участвовали, но события нашей жизни (от начала истории, если включить родовую память) оказались вовлеченными в цепочку причинно-следственных связей, восстановить которую формально-логическим путем не представляется возможным. Думается, мы все-таки обладаем этим знанием пусть и очень глубоко зарытым (например в сверхсознательном), а не только управляемся им из социокультурной Среды (с помощью, например, юнговских архитипов).

Формула 4 представляет из себя, по сути, *психологическое соотношение неопределенностей*, аналогичное физическому соотношению неопределенностей, ставящему предел возможностям познания природы личности и предсказания ее поведения.

И все-таки, кое-что об экстровиртуальном потенциале сказать можно. Так, есть соблазн связать  $V^A$  с Фатумом, Роком или Судьбой. Ведь действительно, достаточно часто происходящие с нами помимо нашей воли, односторонние цепочки событий невозможно объяснить с помощью теории вероятности и просто здравого смысла, для нас почти очевидно, что сами по себе или чисто случайно они происходить никак не могут. А именно так должен был бы проявлять себя  $V^A$ . Однако между Роком и экстровиртуальным потенциалом есть и существенное различие: если Рок нравственно трансцендентен и ответственность как за “плохую”, так и за “хорошую” судьбу человек несет лишь как за какое-нибудь уродство, то понятие экстровиртуального потенциала, напротив

делает человека ответственным за все, что с ним происходит, в том числе и за невезение<sup>1</sup>.

Ответственность есть атрибут Свободы. Следовательно, человек Свободен и относительно своей судьбы, т.е. в полной мере Свободен, разумеется, в той степени, в какой желает им быть.

### **Взаимодействие экстровиртуального и действительного потенциала личности**

Социальный личностный потенциал характеризует личность в целом, как субъекта социальной деятельности, но является в некотором роде “вещью в себе”, поскольку не может быть оценен ни с помощью субъективной рефлексии, ни с помощью каких-либо объективных методов. Можно лишь попытаться оценить его проявления и, может быть, даже сделать некоторые прогнозы относительно социальной деятельности личности.

Личностный потенциал проявляется в социальной деятельности, т.е. в событиях решения социальных задач. События эти имеют определенную длительность, момент своего начала и окончания. Кроме того личность, как уже отмечалось, одновременно участвует в нескольких событиях. Это означает, что внутри события личностный потенциал меняется и является динамичным, а не статичным.

Экстериоризация личности, при этом сопровождается равномошной интериоризацией, не без участия виртуального потенциала.

Хорошо запланированное дело может рухнуть, например, из-за того, что человек, на которого вы рассчитываете, оказывается знакомым человека, которому вы чем-то насолили и, наоборот, безнадежная, казалось бы ситуация, благополучно разрешается благодаря тому, что кто-то вам незнакомый лестно о вас отзывался.

Так, в результат деятельности привносится экстровиртуальный потенциал, который внедряется на территорию потенциала действительного.

---

<sup>1</sup> Понятие экстровиртуального личностного потенциала имеет и практическое значение. Например, в предлагаемых терминах может быть переосмыслена такая проблема криминологии, как ответственность жертвы за совершенное над нею насилие.

Психологически это переживается как погружение в психологическую виртуальную реальность — виртуал. Смысл этого переживания заключается либо в активном освоении объектов, принадлежащих экстровиртуальному потенциалу, либо, напротив, в отторжении и отчуждении объектов, принадлежащих потенциалу действительному (гратуал и ингратуал). Процесс длится до тех пор, пока граница не будет восстановлена и событие не вернется в консуетальное русло.

Да и само включение в событие сопровождается виртуальными переживаниями, а смысл его сводится к освоению или отчуждению своего собственного виртуального потенциала.

Пребывание в виртуале сопряжено с проявлением особых психологических эффектов. Их описание приведено в книге Н.А. Носова<sup>2</sup>, а открытие и систематизация принадлежат Т.В. Носовой<sup>3</sup>.

Выделяется восемь признаков — характеристик виртуального события:

Первую группу составляют признаки, характеризующие виртуальное событие как внешнее, но наблюдаемое его участником. Это “объективные” признаки:

- **Непривыкаемость** — повторение события не снимает эффекта необычности и непривычности.
- **Спонтанность** — нет временной границы довиртуального и виртуального режима. Виртуал возникает неожиданно и ненамеренно. Происходит непрерывный переход в виртуал без участия воли и желания человека.
- **Фрагментарность** — отделенность частей своего тела (а если обобщить, то функциональных подсистем субъекта деятельности — *прим. А.К.*) от целого Я.

Здесь же дается такое определение виртуала:

«Виртуал есть отражение в сознании характера актуализации лишь данной текущей деятельности.»

<sup>2</sup> См.: Носов Н.А. Психологические виртуальные реальности. — М., 1994. С. 21-25.

<sup>3</sup> См.: Носова Т.В. Психологические признаки виртуального состояния в деятельности пилота. // Авиамедицинские и эргономические исследования человеческого фактора в гражданской авиации. Труды ГосНИИГА. Вып. 294. М. С. 74-80.

- **Объективность**, точнее, потеря субъективности, (асубъективность — прим. А.К.), процесс деятельности в целом отрывается от своего субъекта, коий описывает ее в терминах отстраненных.

Эти особенности виртуального события легко могут быть объяснены с помощью предлагаемой модели.

По смыслу виртуальное событие есть взаимопроникновение (пересечение) множества объектов, относимых либо к действительному, либо к экстровиртуальному потенциалу личности. При этом они либо отчуждаются действительным потенциалом (происходит его обеднение и упрощение), либо, напротив, осваиваются (обогащаются и усложняются).

Подобный процесс должен сопровождаться психологически:

- **Непривыкаемостью**, так как события, повторяясь, могут быть внешне схожи (по условиям возникновения), но нельзя извлечь из них то, что уже было извлечено, и потерять в них то, что уже было потеряно. Процесс начинается как бы с момента  $t=0$  и идет по внутренним часам.
- **Спонтанностью**, поскольку пересечение множеств означает, что часть элементов действительного потенциала становится также и элементами экстровиртуального потенциала. Однако в силу того, что экстровиртуальный потенциал не рефлексивируется по определению, эта двойная принадлежность не может быть непосредственно ни осознаваемой, ни тем более направляемой волей. Поэтому и не возникает ощущения граничного эффекта.
- **Фрагментарностью**, так как в области пересечения находится лишь часть функциональных подсистем личности, которые с момента осознания необычности происходящего остраиваются и отслеживаются сознанием как внешние объекты. Возможно и другое объяснение. Причинно-следственные (каузальные) связи элементов в экстровиртуальном потенциале обратны аналогичным в действительном потенциале, что может привести к осознанию их отсутствия, т.е. разорванности, фрагментарности элементов.

Было бы полезно проверить гипотезу: виртуал сопровождается своего рода осцилляцией восприятия ситуации (виртуал — консуетал), подобно той, что

возникает при восприятии некоторых объектов, так называемых “невозможных” фигур. “Двойные” объекты, находящиеся в поле внимания сознания, то обрывают связи друг с другом, то вновь их устанавливают, поскольку сознание стремится к привычному, а экстровиртуальный потенциал, напротив, остраивает ситуацию. Интенсивность осциляции (частота колебаний), по-видимому, зависит от относительного объема “захваченной” области, подобно тому, как частота колебаний маятника зависит от его длины, а растрчиваемая (ингратуал) или, напротив, накапливаемая(гратуал) энергия процесса и есть основа особого эмоционального реагирования на виртуальную ситуацию.)

- **Объективностью**, так как это, с одной стороны, является естественным следствием подчиненности ситуации внешним по отношению к субъекту причинам (не я обманулся, а меня обманули). С другой стороны, асубъективность — это всего лишь генерализированная фрагментарность, попытки сознания удержать свою целостность ценой потери активности, т.е. “не иду куда хочу, а меня несет неизвестно куда”. В последнем случае возможен также колебательный процесс, который интегрально было бы понаблюдать в эксперименте.

Четыре других выделенных признака составляют группу характеризующую виртуал изнутри: как человек чувствует себя, находясь в этом режиме это — “рефлексивные” признаки виртуала:

- «**Измененность статуса реальности**, — в виртуале человек выходит из обычной реальности в другую, необычную реальность. Фактически это. обретение другой телесности. В гратуале реальность, в которой человек действует, расширяется и переживается как весьма привлекательная, аттрактивная. В ингратуале человек замыкается на каком-то отдельном фрагменте собственной деятельности, переживая эту реальность как неприятную.»

Она объясняется необычной структуризацией объектов экстровиртуального потенциала, из-за чего и происходит обретение другой телесности. Связи объектов экстровиртуального потенциала простираются вовне, захватывая всю область  $V^A$ , а не во внутрь, как в  $D^A$ . Другая телесность — это и есть экстровиртуальный потенциал, который либо осваивается и тем самым “расширяет” реальность (гратуал), либо отчуждается и, будучи весьма инертным, приводит к тому, что человек, пытаясь удержать отчуждаемые элементы, замыкается на

каком-то отдельном фрагменте собственной деятельности, переживая эту реальность как неприятную (инграгуал).

- **«Измененность статуса личности**, — в грагуале при сверхэффективной и чрезвычайно легко текущей деятельности у человека появляется чувство своего могущества. В инграгуале же при очень трудно текущей деятельности появляется чувство бессилия, ощущение подавленности.»

Это сопровождается ощущением присоединения каких-то новых качеств, либо утверждающих личность (в результате у человека появляется чувство своего могущества), либо нивелирующих ее (в результате появляется чувство бессилия, ощущение подавленности). Отметим, что вопреки выше приведенной дефиниции изменение статуса личности может происходить и при отсутствии деятельности.

- **«Измененность статуса сознания**, — в грагуале расширяется сфера деятельности — человек легко схватывает и перерабатывает весь необходимый объем информации. В инграгуале сфера деятельности уменьшается. Находясь в инграгуале, говорят о сознании сузившемся, темном; мышление становится вязким, внимание рассеянным и т.п.»

Изменение статуса сознания — объясняется активизацией или подавлением мыслительной активности, связанной с освоением новых свойств “двойных” объектов, т.е. в процессах освоения или отчуждения. Можно предположить, что этот механизм связан с характером поступающей информации, по форме и содержанию либо соответствующей личностным знаниям и ценностям, либо противоречащей им. Возможно, здесь действуют и другие механизмы типа информационной перегрузки (зашумления), блокировки, фильтрации. В результате, находясь в инграгуале, говорят о сознании сузившемся, темном; мышление становится вязким, внимание рассеянным и т.п. А в грагуале, напротив, человек легко схватывает и перерабатывает весь необходимый объем информации. Экстровиртуальный потенциал содержит не только и не столько фактографическую информацию, но и методологическую, представляющую из себя способы и способы способов решения задач. Именно такая информация может как резко увеличить, так и затормозить процессы решения.

- **«Измененность статуса воли** — в грагуале деятельность происходит без волевых усилий со стороны человека, как бы самопроизвольно, ка-

жется текущей сама собой, деятельность становится самодействующей силой. В интрадуале, напротив, осуществление деятельности возможно только с помощью напряжения волевых усилий, деятельность “не идет”, “сопротивляется”, тело человека “не слушается” его и т.п.»

В процесс планирования и управления деятельностью включаются экстровиртуальные объекты, которые уже эту деятельность как бы реализовали или дереализовали. Особенность экстровиртуального потенциала, который репрезентируется событиями, еще не актуализированными, но уже происшедшими (обратное течение времени, обратные причинно-следственные связи), приводит к тому, что актуальное состояние человеческой воли как бы не участвует в процессе целеполагания и планирования деятельности. Воля, с одной стороны, либо не успевает за самопроизвольной, текущей сама собой деятельностью, подчиненной самодействующей силе, либо, напротив, вынуждена продавливать с великим напряжением деятельность, которая “не идет”, “сопротивляется”, тело человека “не слушается” его и т.п. Отметим также, что для реализации этого эффекта деятельность нужна не сама по себе, а как средство репрезентации изменения статуса воли, что в иных случаях может ощущаться и вне деятельности.

Легко убедиться в том, что *объективные* (первые четыре) признаки виртуала характеризуют особенности самого процесса, и это подтверждает мысль Н.А. Носова<sup>4</sup> об онтологичности виртуала и о необходимости рассматривать виртуал как особую философскую категорию наряду с материей, идеей, и т.п.

Понятие экстровиртуального потенциала дополняет понятие виртуала и дает возможность анализировать его внутреннюю структуру. Действительно, признаки виртуального состояния могут быть интерпретированы следующим образом:

- **Непривыкаемость восприятия** означает принципиальную новизну события т.е. отсутствие причинно-следственной связи между DA и VA, и не только это. Время в VA течет с момента  $t=0$  как бы вспять, обращаясь к событиям уже происшедшим, но еще не актуализированным. Кроме того, объекты в VA имеют психологическую временную привязку (психологическое время измеряется числом пережитых событий). Поэтому, как показывают наблюдения, оценка временной длительно-

<sup>4</sup> Носов Н.А. Психологические виртуальные реальности. — М., 1994. С. 8

сти в виртуале существенно расходятся с оценкой в консуетале. В виртуале время идет по своим часам и в своем направлении, и соотношение его с астрономическим временем представляет особую задачу.

- **Спонтанность или непрерывность перехода** означает, что временные характеристики процесса представляют из себя плавную функцию, без изломов. Иными словами, экстровиртуальный потенциал является непрерывным (по времени) продолжением действительного и следовательно, структурно подобным ему, а граница между ними имеет меру нуль, т.е. является математической абстракцией и не содержит ни одного элемента.

Первые два признака характеризуют особенности течения времени внутри виртуала, вторые же определяют структуру пространственных связей.

- **Фрагментарность** означает разорванность и отдельность того, что является связным и целостным, а точнее — восприятие своей деятельности в опредмечиваемом (структурируемом) пространстве. Монолитное (непрерывное) пространство консуетала сменяется фрагментарным (разрывным) пространством виртуала. Если переход в виртуал по времени непрерывен, то пространственно сопровождается разрывами. Присутствие разрыва на границе означает, что если задана некоторая функция  $x(t)$ , где  $x$  — координата, то ее производная  $dx/dt$  (скорость) на границе стремиться к бесконечности. “Психологическая” скорость, в отличии от физической, вполне может быть равна бесконечности, что, кстати, естественно для перехода из области в область с противоположно направленным временем. Кроме того, бесконечность “психологической скорости” моделирует, например, одновременное резонансное срабатывание ансамбля нейронов, которое сопровождается когерентным электромагнитным объемным излучением или излучение иной полевой природы.
- **Объективность** означает весьма примечательное топологическое свойство виртуально-консуетального пространства. Способность наблюдать и воспринимать себя предметно, со стороны подобна выворачиванию наизнанку объемной фигуры (например, шара или бублика). Эта операция может быть осуществлена либо путем продельвания в фигуре дыры, либо дополнением пространства еще одним измерением,

либо в том случае, когда выворачиваемая фигура одноповерхностна (т.е. подобна листу Мебиуса). Первый вариант нарушает естественное допущение связности виртуальных и консуетальных пространств, второй предполагает наличие дополнительного внешнего по отношению ко всему агента (в виде еще одного измерения), что противоречит естественному допущению о полноте и исчерпываемости рассматриваемой модели. Таким образом, здесь наиболее приемлемым является предположение о том, что виртуал и консуетал находятся как бы на противоположных сторонах одноповерхностного листа Мебиуса и только так определяют оппозицию своих свойств, являясь по сути онтологически едиными. Перемещение по поверхности соответствует временной непрерывности перехода, а протыкание поверхности — пространственной разрывности перехода. Эта модель, кстати, легко согласуется и интерпретируется философским представлением о единстве микромакрокосма как сущностном свойстве человека.

Описанные свойства пространственно-временных отношений между виртуалом и консуеталом во многом аналогичны пространственно-временным отношениям между видимым и невидимым мирами. Например, о. Павел Флоренский, размышляя об обратном течении времени в сновидениях пишет (все выделения принадлежат самому автору — *А.К.*):

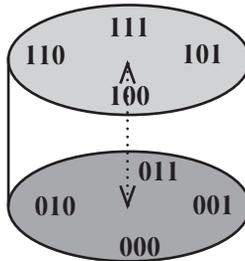
«Таким образом в сновидениях время бежит, ускоренно бежит, **навстречу** настоящему, **против** движения времени бодрствующего сознания. Оно **вывернуто через себя и** значит, вместе с ним вывернуты и все конкретные образы. А это значит, что мы перешли в область **мнимого пространства**. То же самое явление, которое воспринимается отсюда — из области действительного пространства — как действительное, оттуда — из области мнимого пространства — само зрится мнимым, т.е. прежде всего протекающим в телеологическом времени, как цель, как предмет стремлений. И напротив, то, чт.е. цель при созерцании отсюда и по нашей недооценке целей, представляется нам хотя и заветным, но лишенным энергии идеалом; оттуда же, при другом сознании, постигается, как творческая форма жизни. Таково вообще внутреннее время органической жиз-

ни, направляемое в своем течении от следствий к причинам-целям. Но это время обычно тускло доходит до сознания.<sup>5</sup>»

Это о времени, а вот о пространстве, увиденном во сне перевернутым и преобразенным:

«Да, это реальное в своей сути — не что-либо совсем иное, в сравнении с реальностью этого, нашего мира, ибо едино благосотворенное Божие творение, но с **другой** стороны созерцаемое перешедшими на другую сторону то же самое бытие. Это — **лики и духовные зраки** вещей, зримые теми, кто в себе самом явил свой первоизданный лик, образ Божий, а по гречески идею: идеи Сущего зрят просветлившиеся сами идеей, собою и через себя являющие миру, этому, нашему миру, идеи горнего мира.<sup>6</sup>»

Полученное виртуал-консуетальное пространство-время подобно листу Мебиуса. Если теперь из этого “виртуального листа Мебиуса” вырезать цилиндр, то с учетом заданных на нем областей получим структуру уже учитывающую характерные свойства виртуального события (рисунок 2).



**Рисунок 2**

Принципиально возможна и необходима математизация исследований в области виртуалистики. Сложность свойств описываемых объектов и их необычные качества, вероятно, потребуют и тем самым станут стимулом для появления особой виртуальной математики. Во всяком случае, даже не прибегая к строгим и сложным математическим выкладкам, на наш взгляд, удалось сделать

<sup>5</sup> Флоренский П.В. Иконостаг Избранные труды по искусству. Мифрил Русская книга Спб. 1993. С. 14- 16.

<sup>6</sup> Там же.

ряд выводов достаточно общего характера, но проясняющих сущность виртуала и жизни.

В реальной жизни как сам субъект, так и окружающие его люди всегда имеют свои собственные методы и критерии оценки личностных потенциалов, сводящие всю сложность личности к простым словам: удачливый, несчастливый, вероломный, успешный и т.п. И психологическая наука не намного продвинулась здесь от обыденного сознания, пользуясь ограниченным набором терминов и шкал.

Поэтому одним из направлений будущих исследований станут попытки введения метрик и мер в факторном пространстве виртуала — консуетала, а также различных оценочных функций, с помощью которых можно будет просчитывать реализацию виртуальных проявлений.

## Структура потенциалов и граничные межкомпонентные переходы

Вернемся к описанию системы:

$$\Psi_{iN} = \{ijk\}_N^A$$

которая раскладывается на

$$D^A = \{1jk\}_N^A; V^A = \{0jk\}_N^A$$

Системы множеств  $\{1jk\}_N^A$  и  $\{0jk\}_N^A$  задают разбиения, каждое из которых обладает своими свойствами. Дефиниции, данные в таблице 1 должны быть уточнены, так как  $D^A$  и  $V^A$  являются результатами свертки, и их смысл несколько иной, нежели при рассмотрении локального взаимодействия.

Рассмотрим систему  $D^A = \{1jk\}_N^A$ , являющуюся сверткой интериоризованной за все время до времени, соответствующего событию  $N$  деятельности субъекта.

**Область**  $\{111\}_N^A$  определяет результат устойчивой и успешной деятельности субъекта к рассматриваемому моменту времени, сферу его влияния и компетенции, это его и исключительно его личностная “праксеологическая” территория.

**Область  $\{110\}_N^A$**  — обобщенный опыт целеполагания и управления деятельностью, т.е. область волевых качеств, целей, ценностных ориентиров, способов решения задач и методологических принципов.

Выбор пути решения и само побуждение (мотивация) к той или иной деятельности обуславливается ценностной иерархией. Эту область можно назвать “аксиологической”.

**Область  $\{101\}_N^A$**  — познанная часть внешней социальной среды, собственно, знания, накопленные в результате опыта, а также опыт наблюдения, методы наблюдения и приобретения знаний. Эту область логично назвать “гносеологической”.

**Область  $\{100\}_N^A$**  — к ней относятся все те личностные качества и свойства, которые к данному времени не реализовались в деятельности, хотя и могли рефлексироваться. Это ядро личности, не имеющее, однако, четкого выражения. Оно влияет на ситуацию потенциально и проявляется виртуально. Поэтому ее можно обозначить как “внутренний виртуальный потенциал личности”, или точнее, “интровиртуальный потенциал”.

Система  $V^A = \{0jk\}_N^A$ , является сверткой внешней Среды, структурированной в результате деятельности субъекта и центрированной Субъектом.

**Область  $\{011\}_N^A$**  определяет деятельностную сферу и сферу вещей, которые к рассматриваемому субъекту деятельности не имеют непосредственного отношения. По словам Диогена Лаэртского, киник Диоген Синопский, прогуливаясь по базару, сказал своим спутникам: “Как много, оказывается, на свете вещей, которые мне не нужны”.

Эта область чужой воли, чужая территория, мир неосвоенных вещей, весь внешний материальный мир — “*транспраксеологический потенциал*”.

**Область  $\{010\}_N^A$**  — обобщенный опыт целеполагания и управления деятельностью: цели, ценностные ориентиры, способы решения задач и методологические принципы, другие компоненты задач, с которыми соприкасался субъект деятельности, однако не решал и не освоил их.

Иными словами — идеальный мир, трансцендентный по отношению к субъекту? или *трансидеальный потенциал*, т.е. совокупность ценностей, образов и смыслов.

**Область  $\{001\}_N^A$**  — совокупность социумов в которых осуществлялась деятельность, но не содержащая элементов наблюдаемых либо измененных по

воле субъекта непосредственно. Ему об этих элементах известно только то, что они существуют. Удобнее всего связать эту область с понятием «Культура», находящимся в трансцендентальном отношении к субъекту, — *транскультурный потенциал*.

**Область  $\{000\}_N^A$**  — среда в целом, за исключением вышеперечисленных элементов. Для субъекта эта область абсолютно трансцендентна, поскольку не существует никаких активных связей и причинно-следственных отношений между субъектом и этой областью. Она как бы не существует для него, подобно тому как не существует для жителя островов Зеленого мыса проблем макро-микроэкономики России.

Эту область назовем “*трансэкологический потенциал*”.

Взаимодействие во время событий  $D^A = \{1jk\}_N^A$  и  $V^A = \{0jk\}_N^A$  представлено на рисунке 3, полученном в результате преобразования рисунка 1.

**Рисунок 3**

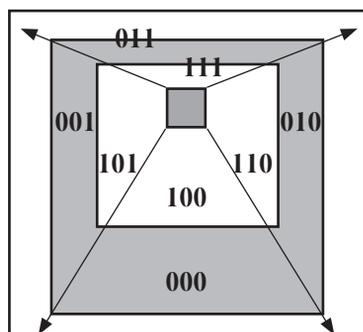


Рисунок получен посредством такого преобразования, которое сохранило все основные топологические свойства (связи, узлы и т.п.), и в этом легко убедиться. Он представляет из себя описание (модель) личности и ее структуры в предлагаемых нами терминах.

Рисунок 3 лучше всего воспринимать объемно, в виде выходящего на зрителя туннеля — усеченной пирамиды. В глубине его находится действительный личностный потенциал, который соприкасается с экстровиртуальным потенциалом. Стрелки обозначают интенцию личности реализовываться посредством освоения своего экстровиртуального потенциала.

Время течет так, как показано стрелками. Стрела времени имеет направление совпадающее, с временем формирования  $D^A$ . Напротив, для  $V^A$  стрелки нужно было бы направить в противоположную сторону, поскольку экстровиртуальный потенциал — это свертка всех событий прошлого, реализующихся в событиях будущего, т.е. экстровиртуальный потенциал репрезентируется еще не наступившими событиями.

Процесс взаимодействия  $D^A$  и  $V^A$  сводится к появлению элементов, одновременно принадлежащих областям из экстровиртуального и действительного потенциалов. Это, как было показано выше, приводит к виртуальным событиям, суть которых сводится к процессам освоения или отчуждения элементов действительным потенциалом и сопровождается специфическими психологическими эффектами. Формально это можно интерпретировать как граничные переходы.

Переходы между  $D^A$  и  $V^A$  могут осуществляться как посредством пересечения границ между областями в направлении стрел времени, так и через узлы (точки пересечения 4-х областей).

Рассмотрим граничные переходы подробнее.

**Таблица 2**  
**Межкомпонентные граничные переходы**

Смежные области $\{0ij\}$ $\{1ij\}$	Характеристика областей		Характеристика перехода	
	$D_1$	$V_1$	прямой (освоение) гратуал	обратный (отчуждение) ингратуал
<b>00</b>	“Я” сокровенное	транс-экологический потенциал	обогащение внутреннего мира вне познания и деятельности — мистические состояния: ему соответствует <b>гратуальное</b> переживание <b>изменности статуса реальности</b> .	деградация личностных черт, в тяжелых случаях самопроизвольный распад — душевное заболевание, или одержание: этому соответствует <b>ингратуальное</b> переживание <b>изменности статуса реальности</b> .

01	“Я” гносиологическое	транскультурный потенциал	процесс активного познания сопровождающийся <b>гратуальным</b> переживанием <b>измененности статуса сознания</b> , расширением сферы мыслительности.	процесс пассивного (воспитание или культурное давление) познания сопровождающийся <b>ингратуальным</b> переживанием <b>измененности статуса сознания</b> .
10	“Я” аксиологическое	трансидеальный потенциал	процесс творчества сопровождается <b>гратуальным</b> переживанием <b>измененности статуса личности</b> .	процесс императивного давления принуждения личности следовать внешним нормам и обстоятельствам сопровождается <b>гратуальным</b> переживанием <b>изменения статуса личности</b> .
11	“Я” праксиологическое	транс-праксеологический потенциал	праксиологическая экспансия личности сопровождается <b>гратуальным</b> переживанием <b>измененности статуса воли</b> .	праксиологическая капитуляция личности сопровождается <b>ингратуальным</b> переживанием <b>измененности статуса воли</b> .

Из приведенной таблицы следует, что наблюдаемые психологические феномены, характеризующие пребывание в виртуале, возникают и связаны с межкомпонентными граничными переходами, что позволяет считать приемлемой построенную схему.

Более того, можно предположить, что существует еще по крайней мере четыре признака виртуала, отвечающие узловым переходам типа **(100)** — **(001)**, описание феноменологии которых является самостоятельной исследовательской задачей.

Во всяком случае становится понятным почему, как отмечает Н.А. Носов, все четыре признака виртуальности вместе наблюдаются существенно реже, чем по отдельности. При этом теоретически возможны (исходя из предложенной схемы), но пока не наблюдались ингратуал — гратуальные сочетания, когда одновременно будут наблюдаться переживания противоположных знаков.

## О возможностях исчисления потенциалов. Модель виртуального процесса

Построенная описательная схема базировалась на решении социальных задач, хотя в явном виде нигде не была использована их специфика. Следовательно, результат может быть обобщен и распространен на деятельность в целом.

С другой стороны, нигде не конкретизировалось, что именно наполняет предметные области (множества), участвующие в деятельности. Это позволяет выбирать критерии и принципы описания этих областей, ставя их в зависимость от конкретной научно-практической задачи, т.е. делать необходимые срезы, конкретизируя частное.

Так, например, при исследовании сознания акцент может быть сделан на рефлексивных свойствах, коммуникативных свойствах, свойствах памяти и т.п., взятых вместе или по отдельности, абстрагируясь от всего, что непосредственно не входит в задачу исследователя. При этом предложенная схема не потеряет своего значения, а достоверность выводов будет зависеть от продуманности подходов разработанных для конкретной научно-практической задаче. Иными словами, предложенная схема обладает универсальностью.

Процедуру проблематизации и решения научно-практической задачи с использованием схемы личностного потенциала удобно представить следующим образом:

1. В начале необходимо сформулировать правила отбора, точнее, создать систему описания множеств  $\{ijk\}_N^A$ , иными словами, задать функцию, структурирующую множество объектов различной природы в систему объектов, обладающих конечным набором признаков и потому представимых в конечном матричном или векторном виде. Это функция и станет теоретической структурной моделью научно-практической задачи. При этом необходимо требовать структурного подобия всех рассматриваемых в задаче исследовательских объектов (множеств  $\{ijk\}_N^A$ );

2. Поскольку личностный потенциал складывается из действительной и экстровиртуальной части и характеризует то, что принято называть успешностью, реализуемостью личности и т.п. качественными характеристиками, обыденным сознанием он все время оценивается и шкалируется, как самим субъектом деятельности, так и сторонними наблюдателями. Следовательно, необходимо

задать некоторую оценочную функцию, которая станет теоретической оценочной моделью научно-практической задачи;

После определения вышеуказанных функций (операторов) формула 4 может быть представлена в виде (формула 5)

$$\mathfrak{R}_t = \mathbf{s}^t + (\mathbf{x}^t \times \mathbf{u}^t) \quad \text{Формула 5}$$

Формула 5 — это математическая модель виртуального процесса. Причем личностный потенциал  $\mathfrak{R}_t$  является параметрической вектор-функцией  $\tau$  — психологического времени, определенного в соответствии с задачей. Он представляет из себя сумму векторов:  $\sigma$  — оценки действительного потенциала;  $\mathbf{u}$  — оценки виртуального потенциала, умноженные на виртуал-функцию  $\mathbf{x}$ , которая, будучи представлена в матричном виде, есть набор величин равных (-1, +1, 0), указывающих на негативное (ингратуальное) или позитивное (гратуальное) воздействие виртуального потенциала на ситуацию или же на отсутствие такового.

$\mathbf{x}$  — действует вроде переключателя, определяя консуетальный или виртуальных характер рассматриваемого события. Причем, в силу спонтанности наступления виртуала, эту функцию допустимо считать псевдослучайной.

## Вместо заключения

- Хорошей моделью виртуального процесса является игра, поскольку игровая ситуация как бы обнуляет виртуальный потенциал личности (точнее, игровой роли), начинается с момента времени ноль и развивается в течение конечного промежутка времени, ввергая игроков то в консуетальное, то в гратуальное, то в ингратуальное состояние. Имело бы смысл продумать сценарий соревновательной компьютерной игры, в которой игровая ситуация определяется и всей предыдущей историей игры. Стратегия игрока анализируется и используется его “противниками” и “союзниками” и самим сценарием.
- Весьма похожие ситуации возникают в интернете, где пост, вызвавший интерес, запускает цепочку откликов, порождающих, в свою очередь, следующую цепочку тематически уже не связанную с исходным текстом. Тем не менее на имидж автора в Сети влияет не только его непо-

средственный текст, но и весь последовавший за ним поток обсуждений. Это неплохая наглядная модель виртуального потенциала. Можно было бы попытаться разработать специальный сценарий игровой ситуации в Сети, а затем отслеживать и управлять процессом накопления виртуального потенциала.

- Более простым путем является моделирование виртуального потенциала на рефлексивных играх.
- Виртуальный потенциал личности и моделирование процесса его накопления особенно важно оценивать для такой области деятельности, каковой является политика, поскольку его актуализация влияет на события, касающиеся достаточно большого количества людей.
- Среди разработанных психологических методик, которые можно было бы применить на практике при исследованиях и попытках исчисления виртуальных процессов, можно назвать: метод репертуарных решеток Келли, биографический метод, различные социометрические методики.
- Представленная структурная модель личностного потенциала может оказаться применима и в экологической психологии, поскольку позволяет поставить задачу системного исследования психологической компоненты окружающей Среды и структуры ее взаимодействия с личностью.

И еще об одном значительном моменте.

Смысл введенного понятия “виртуальный потенциал” — в результатах неизвестных событий, явившихся следствием каких-то поступков личности. Причем может быть и так, что делаешь вроде как и не плохое, а в итоге выходит плохо кому-то тебе незнакомому.

Есть в православии понятие греха невидимого, нечаянного, под которым подразумевается не только зло, содеянное случайно или по неведению, но и зло, возникшее как бы само собой, вследствие самого факта твоего существования и деятельности. О таких грехах обычно и не догадываются и потому в молитвах просят об открытии их сознанию, дабы можно было покаяться и очиститься.

Откуда следует: во-первых, в духовной традиции православия имеется богатый опыт осмысления того, что названо здесь, быть может, и не совсем удачно “виртуальный потенциал”; во-вторых, эта проблема, как и другие проблемы виртуалистики, непосредственно связана с духовным миром и требует соответственного к себе отношения.

## Виртуалистика: сознание события

В отечественной психологии виртуалистика появилась не так давно, однако достаточно быстро вызвала интерес специалистов различного направления: физиков, инженеров, психологов, философов, культурологов и т.п. При этом единообразного понимания ее предмета пока достигнуть не удалось, поэтому мы будем основываться на том понимании виртуальности, которого придерживаются в лаборатории виртуалистики Института человека РАН (сноска настоящее время Институт человека преобразован в отдел Института философии РАН), в частности, в работах доктора психологических наук, профессора Н.А. Носова, которые были основным источником при подготовке настоящей статьи.

К сожалению, в обыденном сознании, в основном усилиями СМИ, виртуальность и виртуальная реальность воспринимается, как нечто искусственное, невсамделишное, иллюзорное, как некоторая санкционированная культурой массовая галлюцинация. Напротив, Н.А. Носов и его последователи, к которым автор данной статьи причисляет и себя полагают, что виртуальность — это особая философская категория, стоящая в ряду таких, как время, пространство, сущность и т.д.

Причем первично виртуальность обнаружилась на самом фундаментальном уровне — физике элементарных частиц. Именно, через физику высоких энергий виртуальность «прописалась» в естественнонаучной картине мира, посредством нового теоретического объекта виртуальной частицы, существующей

только актуально, только во время акта взаимодействия других частиц, и поэтому принципиально не регистрируемой прибором. Здесь *virtual* (англ.) означало: актуально, фактически, реально существующий. Отличительное свойство этих частиц — актуальность, существование только «здесь и сейчас», в данном однократном событии, т.е. появился вполне материальный объект, который имеет только одну форму бытия: актуальную. Он не может быть рассмотрен, как составная часть взаимодействующих «обычных» частиц, и не оставляет какого-либо следа в частицах, родившихся в результате взаимодействия. Виртуальная частица и относится к физической реальности (поскольку без нее взаимодействия частиц невозможны) и не относится к ней (поскольку их нельзя регистрировать). Ясно, что появление такого рода объектов в научном дискурсе не могло не преобразить устоявшуюся картину мира.

Следующим событием, актуализовавшим понятие виртуального, явилось создание и распространение компьютеров, а в последствии интернет. Сам по себе компьютер является «виртуальной машиной» (ссылка [Здесь](#) термин «виртуальная машина» используется в качестве метафоры, т.е. не имеет никакого отношения, например, к виртуальным машинам — программам, эмулирующим работу одного или нескольких компьютеров в одном физическом компьютере.), в том смысле, что способен превращаться в совершенно разные объекты: в пишущую машинку или калькулятор, в экспериментальный стенд или игровой автомат. Как и в случае с виртуальными частицами, нельзя говорить, что в компьютер вложены калькулятор или игровой автомат. Эти объекты каждый раз заново порождаются активностью работающего человека и существуют только во время работы с ними. Развитие компьютеров породило появление понятия «виртуальная реальность», которая в массовом сознании прочно связалась с компьютерными играми. Однако сами игры явились в начале 1980-х гг. побочным продуктом оборонных заказов на создание моделей и тренажеров управления сложной техникой, при разработке которых понадобилась формулировка новых принципов. Считается, что компьютерные виртуальные реальности окажут революционное воздействие на общество, и ведутся уже достаточно интенсивные работы по осмыслению этого явления.

Несмотря на сравнительно небольшой временной отрезок работы с виртуальными реальностями, уже осознано, что они есть особый тип реальности, требующий специального философского, культурологического, социологического

и психологического анализа, поэтому закономерно, что идея виртуальности получила широкое признание в психологии. Есть масса конкретных понятий, основанных на идее виртуальности: виртуальный объект, виртуальный субъект, виртуальный образ, виртуальный дисплей, виртуальный прототип, виртуальное поле зрения и т. д.

## Характеристики виртуальной реальности

Исследования Н.А.Носова и его коллег позволили выявить базовые характеристики и свойства виртуальной реальности. Приведем, конспективно, основное.

**Порожденность** — виртуальная реальность производится активностью какой-либо другой реальности, внешней по отношению к ней. В этом смысле ее называют искусственной или сотворенной, порожденной, англ. — *designed*. Психологические виртуальные реальности порождаются человеком.

**Актуальность** — виртуальная реальность, существует актуально, только «здесь и теперь». В виртуальной реальности — свое время, пространство и законы существования. В виртуальной реальности для человека, в ней находящегося, нет прошлого и будущего.

**Интерактивность** — виртуальная реальность, может взаимодействовать со всеми другими реальностями, в том числе и с порождающей, независимо друг от друга. У человека, находящегося в виртуальной реальности, создается впечатление, что он непосредственно участвует в событиях, что между ним и событиями нет никаких промежуточных звеньев; при этом зрительная перспектива виртуала всегда ориентирована на зрителя — главный участник событий всегда он сам, он видит все со своей точки зрения.

**Психологическая виртуальная реальность** — это один из частных видов виртуальных реальностей. Нормальный, обычный режим функционирования психологической виртуальной реальности назовем консуетальным режимом (от латинского *consuetus*: нормальный, обычный).

**Консуетал** — режим, в котором мы все время пребываем, если не находимся в виртуальном режиме, а деятельность протекает именно так, как она должна, по нашему мнению, протекать. Консуетал такое же нормальное естественное состояние, как и давление атмосферного столба.

**Виртуал** — событие необычное, непривычное, бывает двух видов: гратуал (от латинского *gratus*: привлекательный) и ингратуал (от латинского *ingratus*: непривлекательный).

Итак, психологическая виртуальная реальность бывает двух видов: консуетал и виртуал, который, в свою очередь, подразделяется на гратуал и ингратуал.

Категория виртуальности заставляет по-новому взглянуть на старые представления, в частности, об объективности «реального» мира. Известно, что если взрослому человеку снять врожденную катаракту глаза, т.е. слепого сделать зрячим, то первое время он не видит ни цвета, ни предметов, а только более или менее плотную серую пелену. И лишь со временем и опытом формируется способность видеть предметы «как они есть». Это означает, что зрительная система лишь поставляет человеку сенсорные стимулы, а человек сам строит из них образы предметов, а также переживания и чувства, сопровождающие восприятие этих объектов: ощущения тяжести, фактуры и др. Это, в свою очередь, означает, что образ объективного мира является виртуальным, со всеми характеристиками виртуальной реальности.

С другой стороны, если поместить человека в условия сенсорной депривации (от лат. *sensus* — чувство, ощущение и *deprivatio* — лишение; продолжительное полное лишение человека сенсорных впечатлений, осуществляемое с экспериментальными целями), в которых в значительной мере сокращается доступ к нему сенсорной стимуляции от внешнего мира, т.е. материала, из которого строится виртуальный образ мира, то нарушается работа психики в целом. Уже через несколько часов после начала сенсорной депривации возникают психические нарушения, а через несколько дней эти нарушения становятся глобальными и необратимыми. Этот факт доказывает, что виртуальный образ мира не может существовать самостоятельно и независимо от константной реальности.

Из изложенного становится ясно, что образ обитаемого мира, да и сам обитаемый мир также следует рассматривать виртуалистично. Его актуализация, достижение состояния со-бытийствования с ним и есть, в сущности, основная задача экологической психологии, нацеленная на восстановления связей с миром и возвращение чувства полноты бытия. В виртуалистике экологическая психология может найти ответы на вопросы, как корректно исследовать эйкос, а также отношения эйкос-психо, если эти объекты имеют статус субъектов; как,

сохраняя антропоцентризм, сформировать природоориентированные установки, как трактовать факт изменяемой (виртуальной) телесности и работать с понятием виртуального эйкоса и др.

Виртуалистика позволяет открывать и исследовать новые области экологии, а именно экологию информационных пространств, а также подойти к изучению психологических характеристик сред различного рода, например, таких, как профессиональная, социальная среда, окружающая природная среда, ноосфера в целом.

Существует и ряд практических задач, относящихся к компетенции экопсихологии, решение которых лежит в области виртуалистики:

- Задача обеспечения безопасности и управления экологически потенциально опасными объектами, в том числе виртуалистическая теория ошибок.
- Исследования в области компьютерной виртуальной реальности, в том числе проблема загрязнения информационных пространств.
- Проблема психологического взаимодействия с «невидимыми» мирами. Экология духа и культуры. Проблема психологической безопасности.
- Задача организации образовательного процесса в форме презентации виртуальной реальности, а также задача непрерывного экологического образования.

На последнем остановимся отдельно.

## **Виртуалистика в образовании**

Образование не только, точнее уже не только, трансляция знаний и ценностей между поколениями, а презентация будущих форм бытия. Консервативно-охранительная функция института образования все более теснится инновационной, для выполнения которой современные образовательные технологии как правило не готовы. И здесь открывается широкое поле деятельности для применения виртуалистических и эколого-психологических подходов.

Действительно, образовательный процесс в своей сущности есть погружение в виртуальный мир, актуализация потенциальных «возможностей» и ос-

воения Себя — будущего. Однако для того, чтобы использовать заложенный в сущности образования виртуалистический потенциал, одного признания данного факта недостаточно. Сегодня по крайней мере необходимо:

- Разрабатывать адекватные сверхзадачам образовательные технологии, использующих современные ИТ, а также психологические технологии, создаваемые в экоспсихологии и психологии виртуальных реальностей.
- Сознательно «экологизировать» и «глобализировать» содержания образовательного процесса в широком смысле, т.е. ориентироваться на целостность знания, системность преподаваемых дисциплин, повышение степени их взаимосвязанности, приоритет знаний ноосферологического характера, а также всего того, что способствует культурному и духовному развитию личности.
- Придать возможности непрерывности образования статус приоритетной человеческой ценности.

Причем, непрерывное образование потенциально совмещает в себе преимущества академической и корпоративной школ, не только при профессиональной подготовке и переподготовке, но и в сфере формирования мировоззрения, в частности экологического.

За пару десятков лет человечеству открылся новый Мир — информационное пространство, связанное сетью телекоммуникаций, что, кстати сказать, и позволило актуализировать глобальные проблемы. Это пространство для многих его обитателей стало не столько гигантской библиотекой, сколько деятельной средой, жизненным миром. Не с помощью Интернета, а в Интернете осуществляется сегодня деятельность многих людей. Человечеству открылось пространство, которое необходимо освоить и прежде всего, необходимо образовывать. Вот почему образование в киберпространстве должно с самого начала быть экологичным как по форме, так и по содержанию. Очевидно также, что без глобальных коммуникаций сегодня нельзя не только решить, но и корректно сформулировать задачу устойчивого развития. Будем надеяться, что в новых условиях система образования будет работать на Образ Человека, а не ткать из нас Всемирную Паутину.

То, что в обыденном сознании виртуальная реальность — компьютерные миры и иллюзорная реальность — приобретает образ техногаллюцинаций «матрицы», достаточно тревожный симптом.

## **Иллюзия иллюзорности виртуальной реальности.**

### **Реабилитация понятия**

Человеческие органы чувств — достаточно тонкие приборы, способные фиксировать весьма короткие временные промежутки. Однако уже на уровне восприятия трудно оценить минимальный временной интервал, который можно было бы связать с понятием «мгновение». Образ мгновения рассыпается при первых же попытках его фиксации. Ситуация несколько проясняется, когда становится понятным, что человек измеряет время не по часам, а по пережитым событиям. Время воспринимается опосредованно и характеризуется насыщенностью переживаний. Чем более наполнен событиями временной интервал, тем он кажется продолжительнее. Отсутствие событий или их эмоциональная бедность приводят к утрате чувства времени. Человек, сидящий в одиночной камере, может ошибиться на годы в оценке продолжительности своего заточения. Событие же есть ни что иное, как акт совместного бытия с окружающим миром. Чтобы это совместное бытие реально происходило, чтобы человек не погружался в мир своих иллюзий и фантазий, необходима привязка или соотнесение психологического «пространства — времени» с «пространством — временем» объективной реальности. Такая привязка осуществляется с помощью фиксации «здесь и сейчас», но выполнение этой операции требует известных усилий. Человеку нужно ответить себе, в каком пространстве он на самом деле находится, что для него значит «сейчас», в каком событии он участвует. В измененном же состоянии сознания процесс актуализации весьма затруднен, в результате и восприятие пространства-времени оказывается весьма произвольным и случайным. Измененные состояния сознания могут вызвать галлюцинации, что в конечном итоге приводит к формированию и закреплению искаженного образа мира. Вот почему увлечение медитационными техниками и тем более употребление психотропных средств и наркотиков нарушают связи между обитаемым миром и личностью, вселяют индивид в иллюзорный, построенный им самим мир, где могут существовать лишь фрагменты личности.

Личность теряет целостность, а затем и себя. Происходит личностная экологическая катастрофа.

Отсюда становится понятным сущностное отличие иллюзорной (ложной) реальности от виртуальной реальности.

- Во-первых, иллюзорная реальность есть продукт измененного сознания, работающего с внутренними телесными чувственными импульсами, это низшая реальность или, точнее, ирреальность. Психологическая виртуальная реальность это форма актуализации реальности, а иногда и высшей реальности.
- Во-вторых, иллюзорная реальность обедняет личность и в конечном счете ведет к ее разрушению. Опыт существования в виртуальной реальности, напротив, обогащает личность новыми образами и эмоциями, а также знаниями.
- В-третьих (экологический аспект), иллюзорная реальность разрушает эйкос, наполняя жизненное пространство человека химерами, в то время как виртуальная реальность расширяет жизненное пространство и усложняет его.

Иными словами, виртуальная реальность способствует освоению новых психологических территорий, производству новых смыслов, а не наоборот. Вот почему это понятие требует реабилитации. Более того, эту чисто эпистемологическую задачу также следует рассматривать и как одну из насущных задач экопсихологии, поскольку мир без виртуальных реальностей станет узким, плоским и недвижимым, т.е. мертвым миром.

Скромный вклад в реабилитацию виртуальной реальности, как надеется автор, внесет и эта статья.

## Коммуникатология и виртуалистика: опыт построения социальной онтологии

### Статус виртуального социума

Современное состояние общества можно охарактеризовать двумя модными словами: коммуникативность и виртуальность. Действительно, коммуникация постепенно переместилась в фокус внимания специалистов разных отраслей, что подчас создает впечатление, что коммуникация возникла только в XXI веке. Раньше про нее мало кто говорил, как будто ее и не было, хотя совершенно очевидно, что социальность не может состояться без коммуникации. И сегодня коммуникация по-прежнему часто трактуется как взаимодействие двух субъектов, как форма общения. С виртуальностью в научном дискурсе все обстоит еще запутаннее.

Вместе с тем современное общество со всех этих точек зрения действительно виртуализируется. Это и заставляет говорить о новой социальной онтологии, учитывающей коммуникатологическую и виртуальную сущность реальности.

Другая задача этой статьи — продолжение усилий ее автора показать, что коммуникацию с теоретической точки зрения удобно описывать, используя концептуологию виртуалистики. Что же касается практической стороны коммуникатологии, то и здесь могут быть применимы наработки, сделанные в прак-

сисе виртуалистики — аретеи<sup>1</sup>. Для этого достаточно осознать, что коммуникативные практики и есть формы аретеи, поскольку они на современном уровне понимаются не только как установление каких-то отношений между индивидами или группами, но и как то, что проектирует и конструирует реальность, точнее, способствует переходу одной реальности в другую. Последнее означает не что иное, как виртуализацию и девиртуализацию в тех или иных организациях. Поэтому можно ожидать, что виртуалистика и аретея, с одной стороны, коммуникатология и коммуникативные практики — с другой, способны обогатить друг друга.

Затрудняет подобное взаимопроникновение тот факт, что на данный момент сложилось три направления интерпретации виртуальности.

Первое направление, разрабатываемое в трудах Н.А. Носова и других авторов<sup>2</sup>, базируется на идее полионтологичности и трактует виртуал как самостоятельную философскую категорию, стоящую в ряду таких фундаментальных категорий, как пространство, время, материя и т. п.

Второе направление, большинство представителей которого осталось в рамках моноонтической парадигмы, понимает виртуальность как возможное, потенциальное, умозрительное замещение реальных объектов их образами — симуляциями и т.д.<sup>3</sup>

Третье направление — «киберпейс» — представлено в основном в трудах иностранных авторов, понимающих виртуальность как киберпространство, существующее в виде продукта компьютерной индустрии.

Подобное разночтение в понимании виртуальности, естественно, не способствует расширению влияния концептуологии виртуалистики, тем более что в обыденном сознании за термином «виртуальная реальность» прочно закрепилось представление о «невсамделишности», иллюзорности, ложности,

---

<sup>1</sup> «Аретея — область практической работы с виртуальными объектами: консусталами, виртуалами и собою. Аретея основывается на виртуальных моделях, т. е. полионтичных, включающих в себя минимум две онтологические реальности. <...> Аретея не имеет предметной отнесенности, так же как и виртуалистика». Носов Н.А. Словарь виртуальных терминов // Труды лаборатории виртуалистики. Вып. 7; Труды Центра профориентации. М., 2000.

<sup>2</sup> О.И. Генисаретский, В.И. Фалько, Р.А. Нуруллин, Ф.И. Гиренок, М.В. Шутуров, С.А. Борчиков, О.А. Анисимов, Т.В. Носова, С.Х. Асадуллина, Г.П. Юрьев, А.Н. Михайлов, М.А. Пронин, Ю.Т. Яценко, И.И. Силантьев, В.Ф. Жданов, Ю.Г. Клименко, Т.В. Смирнова, Я.В. Чеснов и др.

<sup>3</sup> В.Д. Иванов, И.Г. Корсунцев, М.Ю. Оленков, С.С. Хоружий и др.

искусственности. Это коренным образом отличается от интерпретации виртуальности как особой философской категории, что резко ограничивает использование виртуалистических концепций, идей и технологий на практике.

Поэтому понятно, что наиболее продуктивным подходом для интерпретации виртуальности является первый из нами названных: именно он позволяет говорить о новом научном направлении — виртуалистике, изучающей феномены виртуальной реальности.

Тем не менее вследствие вышеупомянутых причин виртуалистика пока находится в достаточно ограниченной научно-практической лакуне, в то время как коммуникатология активно захватывает различные области социальных практик, несмотря на то что в понимании предмета коммуникатологии — «коммуникации» — еще меньше ясности и согласия, чем в понимании предмета виртуалистики — «виртуала». Это обстоятельство методологически роднит коммуникатологию и виртуалистику — и та и другая дисциплины являются классическими примерами постнеклассического знания.

Содержательная родственность между ними заключается еще и в том, что виртуалистика наработала потенциал, который представляет особую значимость для коммуникатологии и расширяющихся социально-культурных практик. Не случайно в тезаурусе коммуникативных наук укрепились такие понятия, как «конструирование и проектирование реальности», «текстовое пространство», «социальный инжиниринг». В рамках коммуникатологии, как и виртуалистики, реальность представляется определенного рода конструкцией, однако коммуникатология пока не различает константную и виртуальную реальность, не знает понятия «виртуальный человек», не вскрывает механизмы соположения реальностей, не анализирует морфологию социализированности и т. п.

Более того, «виртуальное» в коммуникативных науках это чаще всего оценочная или метафорическая характеристика объекта исследования, фактически снижающая его онтологический статус, ограничивающая возможность его объективации и, следовательно, выводящая его за пределы возможности применения к нему научно-исследовательского инструментария.

Если «девиртуализировать виртуальность», т. е. отказаться от противопоставления «реальное — виртуальное», то коммуникативные науки смогут значительно расширить свое предметное поле. В частности, становится воз-

можным проблематизировать такой интересный феномен, как коммуникация реальностей.

### Коммуникация реальностей

Утверждение Н.А. Носова о равном онтологическом статусе виртуала и категорий пространства и времени позволяет ввести простую геометрическую модель, добавив к двум базисным векторам (пространство, время) дополнительную ось — виртуал. Тогда плоскость «пространство-время» можно будет назвать онтологией. По оси «виртуал» разместятся все возможные онтологии. Движение из одной онтологии в другую — так называемый виртуальный переход — может быть интерпретировано как коммуницирование, и на этой основе возможно создание виртуалистической теории коммуникации. На этом уровне абстракции объектами коммуникации становятся уже не личности, не сообщества, не какие-то другие организованности, а сами онтологии. Следовательно, коммуникация — это фактор связи между различными виртуальными реальностями и основной двигатель виртуальных переходов. Она должна обладать какими-то энергетическими и информационными характеристиками. Более того, виртуал может быть подвергнут дискретизации, подобно тому как в физике могут быть дискретизированы (квантованы) пространство и время. Это означает, что существует некая единичная (элементарная) коммуникация, переводящая с одного уровня виртуализации на следующий. Таким элементарным актом будет, например, переход к онтологии, содержащей один дополнительный объект, что аналогично хорошо изученной базовой операции познания — операции различения. Отсюда следует два вывода. Первый: теоретически возможны исчисления как коммуникаций, так и виртуалов, правда, здесь, вероятно, есть необходимость разработки новых математических методов. Второй — несмотря на парадигмальный вызов, скрывающийся в тезисе полионтологичности реальности, и виртуалистика и коммуникатология остаются в русле научного познания, используя базовые научные методы.

Не меньший интерес представляют гиперплоскости «виртуал — пространство» с фиксированным (вырожденным) временем и «виртуал — время» с фиксированной пространственной координатой. Первые можно назвать *содержаниями*, вторые *со-стояниями*. Таким образом, может быть получена вирту-

алистическая модель реальности, включающая три компонента: онтологию, содержание и состояние. Причем отсутствие любого из этих компонентов делает реальность невозможной, превращает ее в небытие (отрицание онтологии), ирреальность (отрицание содержания), инобытие (отрицание состояния).

Действие коммуникации в состояниях и содержаниях уже не дискретно, как в онтологиях, а континуально. Последнюю мысль можно пояснить, воспользовавшись схемой О.И. Генисаретского<sup>4</sup>, созданной в процессе реконструкции представлений о пространственности о. Павла Флоренского. По Флоренскому, действительность «расчленяется на отдельные, относительно замкнутые в себе единства»<sup>5</sup>, причем подобные расчленения достигаются, «когда мы стараемся представить себе мысленную модель действительности всей зараз, — из некоторых простых и всюду одних и тех же мысленных образований». Этими образованиями, по П.А. Флоренскому, являются пространства, среды, вещи.

Отталкиваясь от этой идеи, О.И. Генисаретский строит следующую схему:

Непрерывное		Дискретное
Пространство	Среда	Вещи
Пустотное	Полнотное	

Применяя эту схему к понятию «коммуникация», т. е. рассматривая коммуникацию и как пространство, и как среду, и как вещь, мы можем убедиться в том, что коммуникация может быть понимаема и как некое условие коммуницирования (коммуникативное пространство), и как некая среда (силовое поле коммуникаций), и как некий набор коммуникативных акторов. Причем только в последнем случае коммуникации могут быть сосчитаны, т. е. дискретизированы.

<sup>4</sup> См.: Генисаретский О.И. Пространственность в иконологии и эстетике священника Павла Флоренского // Флоренский П.А., священник. Статьи и исследования по истории и философии искусства и археологии / Сост. и ред. игумен Андроник (А.С. Трубочев). М., 2000. С. 13-14.

<sup>5</sup> Флоренский П.А. Анализ пространственности и времени в художественно — изобразительных произведениях искусства // Там же. С. 81.

При этом пространственность и средовость коммуникации, как легко убедиться, соответствуют описанным нами вырожденным случаям чистого состояния и содержания, в то время как вещьность или предметность коммуникации соотносятся с онтологией.

Здесь речь идет уже о коммуникациях, определяющих отношения между онтологиями. Именно с такими коммуникациями имеют дело современные коммуникативные технологии, целевая функция которых заключается в реформатировании (рефременте) реальностей объектов воздействия. Причем это реформатирование может идти в трех направлениях: изменение онтологии, изменение состояний, изменение содержаний.

В качестве примера возьмем известную маркетинговую и ПР-технологию — брендинг. Суть брендинга сводится к внедрению в массовое сознание (возможно, и глубже — в массовое бессознательное) образа либо нового предмета потребления, либо производителя предмета потребления, либо политического лидера, обещающего новый уровень потребления. Троекратное повторение здесь слова «потребление» неслучайно, поскольку брендинг возможен только в обществе потребления.

В результате реальность, в которой присутствовал «обычный» стиральный порошок, преобразуется в реальность маркированных стиральных порошков. Происходит как будто бы ее усложнение, поскольку появляются новые различия — количество различных объектов увеличивается. Однако это усложнение видимое. На самом деле происходит замещение личного опыта, ориентирующего на функциональность вещи, доверием к бренду. В общественном сознании формируется ориентация на презентационные качества бренда. Реальность преобразуется в *мир бренда*<sup>6</sup>.

Для обеспечения подобного эффекта требуется построить отношения между состоявшейся реальностью обычного стирального порошка и возможной реальностью порошка маркированного, т. е. девиртуализировать первую реальность и виртуализировать вторую. Точнее, придать первой виртуальный статус инграгуала (т. е. реальности, находящейся на уровне ниже обычной кон-

---

<sup>6</sup> Не случайно коммерческие предприятия любят называться мирами: «Мир кожи», «Мир обоев» и т. п., вскрывая тем самым свои тайные претензии на онтологичность «товарного счастья».

стантной реальности), а вторую возвысить до уровня гратуала<sup>7</sup>. Иными словами, запустить процесс коммуникации между этими реальностями и управлять им таким образом, чтобы субъект почувствовал, что останется несчастен до тех пор, пока не познает радости потребления маркированного продукта. Эта радость и станет для него знаком освоения новой («продвинутой») реальности.

При этом произойдут следующие изменения реальности:

- *в онтологии* — мир потребителя дополнится новым объектом;
- *в состоянии* — обыденность раскрасится эйфорией потребления;
- *в содержании* — произойдет дематериализация вещественности посредством замены функциональных свойств информационно-коммуникативными.

Можно было бы показать и более строго, что суть брендинга — в управлении именно виртуальными реальностями и что реальность «товарного счастья» обладает всеми известными признаками виртуала<sup>8</sup>, однако достаточно обратить внимание на то, что бренд рано или поздно требует обновления, т. е. запуска процесса ребрендинга. Действительно, виртуальная реальность — образование неустойчивое и рано или поздно опривычивается, переходя в свое константное состояние. Поэтому бренд и требует специальных усилий по своей виртуализации.

Наш современник постоянно находится в связи с коммуникативными пространствами, полями и вещами, оставаясь как бы в точке бифуркации, т. е. подвергаясь действию то одной, то другой коммуникации, включаясь то в один, то в другой коммуникативный процесс, погружаясь то в одну, то в другую виртуальную реальность. Если погружения в виртуал не происходит, то не происходит и коммуникации. Без коммуникации нет и бытия. Отказ от коммуникации — это переход либо в небытие, либо в инобытие. Мысль эта, далеко не нова — все ме-

<sup>7</sup> Инграуал и гратуал — термины виртуалистики, означающие состояния переживания реальности, сопровождающиеся негативными и позитивными психологическими реакциями соответственно.

<sup>8</sup> Свойства виртуальной реальности: порожденность, актуальность, интерактивность (см.: Носов Н.А. Психологические виртуальные реальности. М., 1994). Свойства виртуального события: непривыкаемость, спонтанность, фрагментарность, объективность, измененность статуса реальности, измененность статуса личности, измененность статуса сознания, измененность статуса воли (см.: Носова Т.В. Психологические признаки виртуального состояния в деятельности пилота // Авиамедицинские и эргономические исследования человеческого фактора в гражданской авиации: Труды ГосНИИГА. М., 1992. Вып. 294.).

дитативные практики основаны на закрытии и отказе от коммуникации с реальностью обыденности.

Комментируя йенские лекции Гегеля, Ю. Хабермас пишет: «Дух (здесь речь идет о духе народа, эпохи, команды и т.п. — *А.К.*) есть коммуникация единичных в среде всеобщего, которая напоминает отношение грамматики языка к говорящим индивидам или системы значимых норм к действующим субъектам, она не выделяет момент всеобщности в противоположность единичному, а устанавливает их своеобразную связь»<sup>9</sup>. Иначе говоря, коммуникация трансцендентна своим субъектам и одновременно нивелирует различие в них всеобщего и единичного, т. е. индивидуализирует, фактически порождает своих субъектов. Включенность в тот или иной коммуникативный процесс означает для субъекта приобретение иной (или новой) идентичности, а на языке виртуалистики — иной (или новой) виртуальной телесности. Вот почему можно говорить о порождении коммуникацией своих субъектов. Но поскольку коммуникация интерактивна, верно и обратное: коммуникация изменяется после завершения процесса коммуникации.

Имеет место довольно любопытный феномен, когда пустой знак — симулякр — способствует приращению виртуальной телесности субъекта. Коммуницируя с ним, например, с каким-нибудь брендом, субъект присваивает себе его свойства, а точнее, воссоздает атрибуты телесности, которой сам по себе бренд не обладает. Он становится человеком, катающимся (чаще всего в воображении) только на «Феррари». Характерно, что при этом интеракция в какой-то степени овеществляет и сам симулякр.

Следует отметить особенность настоящего момента. Все, о чем мы говорили выше, присуще социокультурной реальности. Коммуникации действовали всегда, в том числе и те, что меняли онтологии. Но рефлексия дискретности коммуникаций могла возникнуть только с полионтичными интуициями, поэтому коммуникативные процессы не различались, находясь в латентных зонах содержаний и состояний, равно как и виртуальная реальность оставалась в положении нереальности. Так что современное общество, помимо эпитетов «информационное», «потребительское», «постиндустриальное», действительно

---

<sup>9</sup>Хабермас Ю. Труд и интеракция: Заметки к гегелевской «Философии духа» йенского периода // Техника и наука как идеология / Пер. с нем. М.Л. Хорькова. М., 2007. С. 14.

можно наделить именованиями: «виртуальное», «коммуникационное», «полионтичное», «дискретное (дегитальное)».

### Собь социума (морфология политического)

Важнейшим понятием, которым может поделиться виртуалистика, является понятие «собь». По определению Н.А. Носова, собь — это виртуальная реальность, посредством которой человек самоидентифицируется. Виртуал порождается как разворачивание одного образа в целую реальность, собь образуется совокупностью имеющих у человека виртуалов, ставших консуеталами<sup>10</sup>. Иными словами, собь — это свертка виртуалов, перешедших в форму консуеталов, в которых пребывает человек.

В монографии «Виртуальная психология» Н.А. Носов выделил и описал пять уровней (пять реальностей), составляющих собь человека, которые мы будем называть онтомодами: реальность телесности, сознания, личности, воли и внутреннего человека. В этой же работе показано, что онтомодали формируются в процессе онтогенеза в указанной ниже последовательности.

Онтомодальность телесности обеспечивает выделение своего тела из других материальных объектов.

Онтомодальность сознания обеспечивает выделение своей психики (мысли, чувства, переживания) из психики другого человека.

Онтомодальность личности обеспечивает выделение себя через противопоставление позиции другого человека.

Онтомодальность воли обеспечивает возможность сделать объектом управления самого себя в целом и осуществлять управление своей жизнью.

Онтомодальность внутреннего человека обеспечивает возможность сопоставления себя со всем остальным миром и, соответственно, выделения себя в качестве мироподобного суверена.

Подобная схема предоставляет коммуникатологии два методологических ключа.

<sup>10</sup> Консуетал — ощущение в самообразе субъективной нормальности протекания человеческой деятельности. Консуетал переживается, ощущается человеком как обычное событие, относящееся к тому типу психологической реальности, в которой «в норме» живет человек.

*Первый.* Оказывается возможным различать каналы коммуникации (телесности, сознания, личности, воли и внутреннего человека). Причем эффективной коммуникация будет только в том случае, если коммуницируют однородные онтомодальности: воля с волей, телесность с телесностью и т. п. Иными словами, коммуникация будет сопровождаться ковиртуализацией, т. е. погружением коммуникантов в реальность одного и того же рода и статуса, проще говоря, в одну и ту же реальность. В противном случае потребуются включение механизма интерпретации с соответствующими интерактивными издержками. Очевидно, что понимание данного факта может послужить оптимизации различных коммуникативных проектов.

*Второй.* Открывается возможность экстраполяции понятия «собь» и соответствующих онтомодальностей на социальные организованности, от малых групп до государственных образований. Опыт подобной экстраполяции был обобщен в диссертационном исследовании Э.Ф. Асадуллина<sup>11</sup>. В этой работе развивается виртуалистический подход к истории, предполагающий реконструкцию «реальностей не только отдельных людей, но и целых общностей, их коллективных собей, родовых собей, собей социальных общностей и собей этнических групп на различных уровнях.

Последняя мысль позволяет нам отнестись к понятию «политическое событие» с коммуникативно-виртуалистических позиций. Для этого достаточно предположить, что политическое событие — это такое событие, которое качественно меняет политическую реальность, т. е. онтологию, содержание и состояние политических субъектов, воздействуя на одну или несколько их онтомодальностей.

Если в качестве такого политического субъекта взять «государство», то можно будет перенести смыслы, содержащиеся в понятии «собь индивидуума», на собь государства.

Онтомодальность телесности государства — это, собственно, его границы, территория, климат, ландшафт и т. п. Поскольку онтомодальность телесности порождает все следующие политические реальности, то ее приращение или уменьшение является самым чувствительным политическим событием, затра-

---

<sup>11</sup> Асадуллин Э.Ф. Виртуальный подход в социально-историческом познании. Автореф. дис... канд. филос. наук. Казань, 2007.

гивающим каждого гражданина, т. е. человека, собь которого содержит политическую реальность государства. Тот факт, что коммунистическому режиму удалось сохранить под контролем практически всю территорию Российской империи и выиграть захватническую войну с глобалистическим Третьим рейхом, означает, что вопреки распространенному мнению население России не было изначально деполитизировано. Виртуальный образ Родины-матери оставался актуальным до тех пор, пока коммунистическая власть планомерно и сознательно не отсекала большинство населения от политической реальности. Следующая перестроечная революция привела к потере гигантских территорий, т. е. катастрофическому сокращению онтомодалности телесности. Последовавшее за этим депрессивное состояние всех сфер общественной жизни можно интерпретировать как снижение статуса политической реальности до инградуального уровня, что было особенно заметно по поведению политических лидеров того времени. Понимание того, что онтомодалность телесности является базовой, позволяет по-новому взглянуть на такие явления, как космополитизм и его современная форма — глобализм. Строго говоря, ни то ни другое просто невозможно, так как гражданство мира предполагает отсутствие границ, т. е. отсутствие онтомодалности телесности, что выводит эти явления за рамки политической реальности. Следовательно, это либо частная вера отдельного индивида (или замкнутой социальной группы), либо обман-манипуляция общественным сознанием. В последнем случае под маркой глобалистической политики скрываются интересы определенных государств.

Онтомодалность сознания государства — это особенности менталитета ее граждан. Поскольку реальность сознания порождается реальностью телесности, то логично искать связь между географическим и территориальным положением и менталитетом. В случае с Россией мы имеем гигантскую слабо освоенную территорию, неблагоприятные климатические условия и евразийское местоположение. Отсюда следует, что, осознавая свою принадлежность к России и одновременно принадлежность России к себе, русский<sup>12</sup> человек вынужден осознавать и разделять ответственность наследования одной шестой части земли, мириться с невзгодами, отстраиваться от действия совершенно

---

<sup>12</sup> Под русским здесь подразумевается не только этнически русский, что вообще достаточно трудно выделить вследствие суперэтничности русского народа, а тот, кто идентифицирует себя в качестве русского, отвечая на вопрос «ты чей и какой?», а не «кто ты?».

разнородных цивилизационных потоков с Востока и Запада. «Широк русский человек. Я бы сузил», — писал Достоевский. Действительно, мы в большей степени ориентированы на перспективу, на решение мировых проблем, продвижение больших проектов, чем на наведение элементарного порядка у себя на кухне. Эту особенность онтомодалности сознания с успехом использовали большевики, отправив все население страны на стройки коммунизма во имя «великой» цели. Необходимо признать, что во многих случаях подобная политика привела к реальным достижениям. Однако неизвестно, чего было больше — потерь или приобретений. Во всяком случае, власть не могла паразитировать на этом вечно. Перестроечный кризис обесценил прежние ценности и отверг прежние цели. Постперестроечные времена характеризовались инградуальностью сознания. Страна как-то резко поглупела. Характерно, что в это время активно проявил себя уходящий «хомо советикус». Это наносное образование, сформированное в русском менталитете за годы советской власти, базировалось на парадигме «Все вокруг колхозное — все вокруг мое», т. е., с одной стороны, на привычке кормить свою корову колхозными сеном, с другой — на бесконечной наивной вере в то, что сено в колхозе будет всегда. Иными словами, в «хомо советикусе» сочеталась социальная и личностная безответственность, и в зависимости от того, что доминировало в индивиде, он либо обманывал, либо обманывался. Популярность финансовых пирамид именно этим обстоятельством и была обусловлена. Таким образом, онтомодалность сознания в первое десятилетие после перестроечного кризиса в российском обществе практически отсутствовала и, следовательно, не могли актуализироваться онтомодалности личности, воли и внутреннего человека.

Онтомодалность личности стала формироваться после окончания ельцинского периода управления страной. Россия начала осознавать себя в новых географических границах, реконструируя онтомодалность телесности. Этому способствовало также пассионарное давление со стороны бывших братских республик. Порожденная новой телесностью онтомодалность сознания строилась на новом геополитическом значении России и традиционных ценностях, наследованных у Российской империи. При этом наслоения «хомосоветикуса» окончательно переместились в маргинальную зону. Все это создало предпосылки для актуализации реальности личности. Знаменитый вопрос, заданный В.В. Путину: «Кто Вы, мистер Путин?», относился больше не

к Путину, а к стране, пребывавшей в аморфном и непредсказуемом состоянии. Сегодня такой вопрос вряд ли возникнет, следовательно, Россия вновь обретает свое лицо, т. е. находится в состоянии личностного становления. Задачей следующего периода нашей истории — станет актуализация реальностей воли и внутреннего человека.

Онтомодальность воли государства — это его способность управлять не только управляемыми, но и управляющими, т. е. иметь власть над властью. Достаточно общим местом является утверждение, что подобного состояния власть в России не достигла. Напротив, из СМИ известны многочисленные случаи произвола чиновников, которые не подчиняются ни закону, ни своему непосредственному начальству. Не будем обсуждать здесь технологию выхода из подобного кризиса управления. Возможно, нужно укреплять парламентаризм и соответствующие демократические институты, а возможно, напротив, усиливать вертикаль власти — все это в конце концов вопрос о механизме решения проблемы. Ее содержание, по нашей гипотезе, следует из того, что Россия является вновь возрожденной империей, которой предстоит пройти последовательно стадии взросления (этапы виртуализации онтомодальностей). Следовательно, по мере того как будет укрепляться реальность личности государства, будут создаваться условия для актуализации реальности воли и необходимые для этого инструменты: законодательство, структуры управления, представительские собрания и т. п. Этот оптимистический прогноз основан на предположении, что в основе политической реальности лежат закономерности более мощные, чем личные пристрастия отдельных политиков. Кроме того, нельзя не видеть положительной тенденции в направлении от стабилизации к развитию. Развитие невозможно при параличе воли.

Реальность внутреннего человека в отношении государства — идеологическая и духовная основа его существования, тот этап развития народа, когда определена его миссия, понята и осознана так называемая национальная идея. Не случайно все многочисленные постперестроечные попытки сформулировать русскую идею успехом не увенчались. Не случайна также достаточно странная ситуация, сложившаяся с партийным строительством, когда практически ни одна партия так и не смогла определиться в своей идеологии. Даже КПРФ мечется между большевизмом ленинского типа и социал-демократией. Политические партии сегодня больше напоминают профсоюзы управленцев

разного уровня и разных сфер деятельности, т. е. не связаны ни со стратами, ни с классами. По нашему предположению, это следствие все той же несформированности онтомодалности воли, которая не позволяет актуализироваться ценностно-идеологической структуре общества.

Выше описанная модель современной политической реальности позволяет сделать следующие выводы.

В настоящее время в России актуализирована реальность личности, это означает, что эффективными будут политические коммуникативные действия, способствующие укреплению статуса России, ее суверенности, ее достоинства, ее авторитета. Это одновременно подготовит почву для актуализации реальности воли.

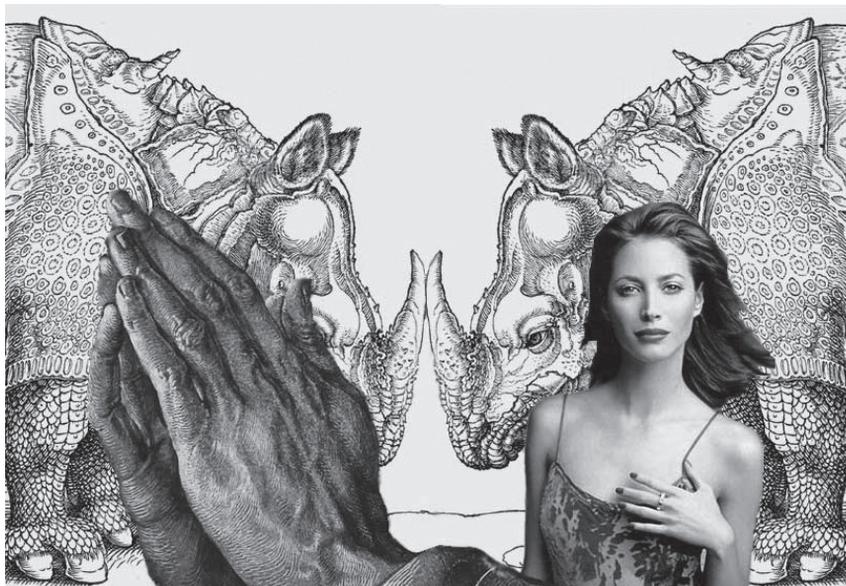
Политический курс от стабилизации к развитию практически независимо от того, кто станет президентом, заставит приступить к оптимизации структур государственного управления. Стратегия коммуникативной политики — в возвращении доверия народа ко всем ветвям власти.

Только после решения этих задач можно будет говорить об актуализации сверхцелей, о формировании ценностных ориентиров, национальной идеи.

# ТЕХНОЛОГИИ ОБЩЕСТВЕННОЙ СВЯЗНОСТИ

Отдельное событие коммуникации завершается вместе с пониманием... Каждое коммуникативное событие закрывает и открывает систему.

*Н. Луман*





## Онтология коммуникации — социально-антропологическая проблема

Опредмечивание коммуникации, ее объективация — насущная задача многих отраслей знания, особенно таких, как коммуникатология и коммуникативистика. Парадокс заключается в том, что эти быстро формирующиеся науки фактически не имеют своего, четко обозначенного предмета, а значит, строго говоря, науками пока не являются. Такое положение, естественно, не может сохраняться долго, прежде всего потому, что коммуникатологические практики, сфера применения которых все более расширяется, требуют фундаментального теоретического базиса, т. е. научных оснований своего существования. Однако коммуникация относится к тем феноменам, развитие которых происходит быстрее, чем их осмысление, вот почему никакие имеющиеся модели коммуникации нельзя признать полностью адекватными. Упрощенная трактовка коммуникации, например как информационного транспорта, не отражает всего многообразия и сложности этого явления, так как не учитывает антропо-социальный контекст, в котором осуществляется коммуникация и который находится с ней в отношениях взаимовлияния.

В первом приближении, коммуникация может быть понята как связь, прямая или обратная, объектов коммуникации. Между коммуникацией и объектами коммуникации возникает отношение, при котором именно коммуникация обладает активностью, т. е. имеет статус субъекта, а те (или то), кого (или что) она связывает, остаются в позиции объектов. Иными словами, отношение меж-

ду коммуникацией и объектами коммуникации характеризуется конструктом «субъект — объект».

Откуда следует, что именно коммуникация детерминирует мышление, поведение и даже образ коммуникантов, а значит, связность (коммуникация) может существовать сама по себе, вне и без коммуникантов, подобно тому как существует сама по себе веревка, вне зависимости от того, привязано к ней что-нибудь или нет. Такое понимание коммуникации существенно расходится с традиционным.

Чаще предполагается, что коммуникацию порождает субъект «Я», в крайнем случае «Ты», в лучшем — «Мы». Даже тогда, когда никто из этого ряда не может быть заподозрен в инициации общения, всегда остается некий «Он», создающий поле общения, назначающий его участников, правила и форматы. Всегда есть некое «Лицо», запускающее процесс коммуникации, т. е. вне субъектности нет и коммуникации.

Но нет противоречия и в предположении, что именно коммуникация порождает процесс коммуникации, который, безусловно, немислим без объектов коммуникации. Следовательно, можно говорить о существовании внешнего по отношению к человеку пространства коммуникаций, снимающего неопределенность положения объектов-коммуникаций относительно друг друга. Для задания пространства необходимо допустить также существование силового поля, или, что то же самое, коммуникативного потенциала, позволяющего различать коммуникации по их способности запускать коммуникативные процессы, включать в них различные объекты.

Здесь возникает серьезная методологическая проблема, связанная с определением статуса коммуникации и коммуникативного пространства. Признание их существования автоматически выводит эти понятия в ряд понятий онтологического ряда — они приписываются объективной реальности. С другой стороны, коммуникации проявляются только в процессе коммуникации, только актуально, т. е. принадлежат лишь объективной действительности и виртуальной реальности.

Вместе с тем современная литература изобилует терминами, придающими коммуникациям и коммуникативным конструктивам явно онтологический статус: символические миры коммуникаций (Ю. Хабермас), аутопойэзис (Н. Луман), гиперреальность, символический обмен (Ж. Бодрийяр), симультаные

пространства (М. Маклюен) и т. п. Иными словами, в современном теоретическом дискурсе онтологический статус коммуникации присвоен де-факто, однако это весьма специфический онтологический статус.

В подтверждение приведем развернутую цитату из работы Никласа Лумана «Понятие общества». Различая информацию, сообщение и понимание, он пишет: «Коммуникация осуществляется лишь тогда, когда можно синтезировать эти три аспекта. В отличие от простых восприятий поведения в основу понимания должно быть положено различение акта сообщения и самой информации. Именно из него и следует исходить. Без такого «*primery distinktion*»<sup>1</sup> коммуникация вообще не осуществляется. Если эта предпосылка удовлетворяется, а в случае языка это всегда имеет место, то дальнейшая коммуникация может заниматься сама собой. Тогда и только тогда она достаточна и достаточно сложна для этого. Тогда она может заниматься информацией или основаниями того, почему нечто высказывается непосредственно здесь и теперь; или трудностями понимания смысла коммуникации, или, наконец, следующим шагом: должен ли предложенный смысл быть принят или отклонен. Таким образом, различение информации, сообщения и понимания является тем различением, которое производит различения и которое, будучи однажды совершенным, поддерживает деятельность системы. Как легко можно заметить, это корреспондирует с понятием информации Бетсона как различения, производящего различение. Коммуникация есть не что иное, как та операция, которая осуществляет такую трансформацию различений в различения. При этом важно учитывать, что отдельное событие коммуникации завершается вместе с пониманием. Тем самым еще не решено, будет ли понятое положено в основу дальнейшей коммуникации или нет. Это может быть, но также может и не быть. Коммуникации могут быть восприняты или отклонены. Всякое иное воззрение имело бы абсурдное следствие о том, что отклоненные коммуникации вообще не являлись коммуникациями. Отсюда следует, что неверно приписывать коммуникации имманентную, квазителеологическую тенденцию к консенсусу. Иначе все давно бы уже кончилось и мир был бы безмолвен, как вначале (курсив мой. — А.К.). Однако коммуникация не исчерпывает себя, как раз на пути провоцирования самой себя она производит больше, создавая на каждом шагу бифуркацию восприятия и отклонения.

---

<sup>1</sup> Первичного различения (англ.).

Каждое коммуникативное событие закрывает и открывает систему. И только вследствие этой бифуркации может иметь место история, ход которой зависит от того, какое направление будет избрано: «да» или «нет»»<sup>2</sup>.

Отсюда следует, что одним из базовых свойств процесса коммуникации является заложенная в ней энергия отчуждения. Действительно, коммуникация становится возможной только тогда, когда ее объекты разделяются и отчуждаются друг от друга. В этом смысле коммуникация прямо противоположна общению. Общению не нужна коммуникация, так как входящие в круг общения находятся в синергийном взаимодействии. Они, если и коммуницируют, то не между собой, а с чем-то внешним, отчуждение от которого и определяет границу этого круга, т. е. идентичность, и в какой-то степени субъектность самой для себя общности.

Философ Ф.И. Гиренок обозначил некоторый до-словный период развития человеческой культуры, когда слово еще не было средством коммуникации, а выполняло роль камертона, настраивающего общество на гармонические вибрации со-общего смысла<sup>3</sup>. Слово изначально не требовало шифрования и дешифрования, так как не являлось системой условных знаков и, следовательно, не требовало перевода с одного языка на другой. Язык как самоопределяющаяся лингвистическая система еще не существовал. Слово было фонетическим образом бытия, понятным без перевода всем тем, кто имел отношение к Бытию. Быть Человеком (слав. — словеском) означало просто Быть, т. е. общаться не только с людьми, но и со всеми другими тварями, имеющими дар жизни, и в первую очередь с Творцом.

Изобретение алфавита и письменности способствовало превращению слова в код и соответственно разделению единого человечества на языки. О перерождении слова свидетельствуют события Священной Истории, например вавилонское столпотворение и его следствие — разделение языков. Примечательно, что образ вавилонского Столпа все чаще появляется на страницах популярных изданий в связи с глобализмом и глобальными коммуникациями,

---

<sup>2</sup> Луман Н. Понятие общества // Проблемы теоретической социологии / Под ред. А.О. Бороноева. СПб., 1994. С. 25-42. Перевод выполнен с немецкой рукописи, предоставленной Луманом, в 1994 г. Н.А. Головиным.

<sup>3</sup> Эта концепция подробно представлена, в частности, в работе: Гиренок Ф.И. Патологии русского ума: (картография дословности). М., 1998.

как будто, несмотря на декларируемый всеобщий плюрализм, абсолютную толерантность и политкорректность, человечество ждет новое разделение — множественность иерархий постсловности посткоммуникативной цивилизации.

Подобное архаическое отношение к звучащему слову частично сохранилось, причем не только в религиозных практиках. Песенное «художественное слово» поэзии, свойственное искусству в целом, естественно стремится к своему до-словному состоянию (раскодированному мимесису), хотя и здесь культурная агрессия постмодерна уже приводит к смешению языков и зашумлению звучания прообраза.

Общение как осмысленное со-бытие предполагает открытие и совместное производство смысла. Иными словами, смысл есть продукт общения, а не коммуникации. Впрочем, коммуникацию также можно назвать информационно-смысловым взаимодействием, но лишь в той точке, где коммуникация преодолевается. Смысл — это отрицание коммуникации, а коммуникация — катализатор собственного отрицания и соответственно осмысления. Именно это отметил Н. Луман: «Отдельное событие коммуникации завершается вместе с пониманием... Каждое коммуникативное событие закрывает и открывает систему»<sup>4</sup>.

Это означает, что потенциал самоотрицания делает коммуникацию приемлемой и полезной для культуры, и делает необходимым осмысление самого феномена коммуникации и каждого отдельного коммуникативного акта участвовавшей в нем личности. Смысл можно действительно считать потенциальным продуктом коммуникации, но порождаемым не процессом коммуникации, а рефлексией коммуникативного акта, произошедшей после его завершения. Причем этот смысл извлекается (в соответствии с известным положением Маршала Маклюэна — «средство само есть сообщение») из параметров и свойств коммуникационного канала, а не только из той информации, которая при этом была передана и принята. Ответ на вопрос «Что во мне изменилось после коммуникации?» служит ключом к раскодировке переданного информационного сообщения. В противном случае сообщение может быть принято, зафиксировано в памяти, но не осмыслено, что означает наличие свершившегося акта коммуникации, но отсутствие события коммуникации. Подобная ситуация достаточно обычна, например, для педагогического процесса, когда учитель

---

<sup>4</sup> Луман Н. Указ. соч. С. 30

стремится вложить хорошо ему знакомый учебный материал в память учеников, не заботясь о том, что происходит с его собственным сознанием. Профессионализм, заключающийся в определенном автоматизме изложения знаний, не дает ему повода для рефлексии происходящего. А это, в свою очередь, приводит к мнимой очевидности и понятности излагаемого, т. е. не провоцирует аудиторию на попытки определения отношения к получаемой информации, оценки и переживания ее, т. е. не способствует информации превращаться в знание. В этой ситуации смысл не транслируется и информационно-смыслового взаимодействия не происходит, хотя факт коммуникации имеет место.

При подходе к понятию «коммуникация» возникает множество методологических проблем, являющихся следствием не только сложности самого понятия, но и определенной принципиальной новизны феномена коммуникации, принадлежащего культуре и цивилизации и актуализируемого современностью.

Из этой ситуации есть два выхода.

Первый — ограничить рассмотрение коммуникаций сферами прагматики, аксиологии, эпистемологии, частично антропологии и т. п., т. е. оперировать понятием «коммуникация» как вспомогательным теоретическим конструктом.

Второй — найти теоретические основания, позволяющие объективировать коммуникацию и рассматривать ее предметно. Такими основаниями могут быть, например, разработки в области виртуалистики в частности работы отечественного психолога Н.А. Носова и его школы<sup>5</sup>. Парадигматика виртуалистики позволяет расширить границы онтологии реального, допускает сложный полионтологичный характер его структуры, где есть место и существующим только актуально виртуальным бытийным планам, частным случаем которых являются коммуникативные миры и пространства.

На наш взгляд, второй подход более продуктивен, хотя бы потому, что позволяет рассматривать коммуникацию в ряду фундаментальных понятий и избавляет от необходимости редуцировать ее к чему бы то ни было другому.

На мысль о том, что виртуал каким-то образом связан с коммуникацией, а виртуальная реальность — с коммуникативными процессами, наводит ряд смысловых сопоставлений. Вот некоторые из них:

---

<sup>5</sup> См.: сайт Центра виртуалистики Института философии РАН: <http://www.virtualistika.ru>

- известная из физики высоких энергий виртуальная частица, агент взаимодействия (превращения) элементарных частиц, виртуальна онтологически, так как существует, пока длится процесс взаимодействия, но не существует ни до того, как началось взаимодействие, ни после того, как оно завершилось. Так как процесс регистрации частицы есть процесс взаимодействия — виртуальная частица не регистрируется принципиально. Важно отметить, что физика оперирует объектом, само существование которого подрывает физическую парадигму: «Существует только то, что можно наблюдать»;
- присутствие в термине «виртуал» корня, в переводе означающего доблесть, смелость и силу, проявляемые в бою. *Virt* существует только в со-бытии боя. До и после него это качество деактуализируется. Если же рассматривать бой как форму коммуникации, то *virt* здесь то, что обеспечивает коммуникацию;
- невероятная популярность в обыденном сознании терминов «виртуальная реальность» и «виртуальный мир», связываемых с информационными и телекоммуникационными технологиями;
- некоторые из выявленных свойств психологической виртуальной реальности, в частности порожденность виртуальной реальности, нерелексированность при погружении в нее, изменение статусов пространства и времени и т. п., переживаемые психикой как факт свершения события или пребывания в со-бытии;
- трактовка виртуальности как мистического состояния, при котором происходит контакт человека с сущностями, пребывающими в тонких (горних) мирах;
- точечная фиксация виртуальности и коммуникации оператором «здесь и сейчас»;
- понимание виртуальности как бытия в со-бытии, т. е. бытия в процессе коммуникации с кем-то или с чем-то.

Словом, везде, где говорилось или говорится о виртуале и виртуальности, одновременно говорится о связи, со-бытии, коммуникации.

Таким образом, можно полагать, что виртуал — это коммуникатор, обеспечивающий рождение новых связей, в чего которых происходит трансформация

реальности, а виртуальная реальность — это мир активных коммуникаций, событийность.

Однако в научном и философском дискурсе и в практике можно действовать и наоборот — выводить коммуникацию из виртуала как из более общего понятия. В частности такой подход позволил бы рассматривать коммуникацию, абстрагируясь от объектов коммуникаций, как это произошло в физике, когда понятие «эфир» — агент взаимодействия, было заменено на понятие «поле» — среда взаимодействия.

Тогда можно отнести коммуникацию к феноменам виртуальной реальности, выделяя в них особый тип виртуала — виртуал-коммуникацию. Описанный подход продуктивен хотя бы в том плане, что с его помощью можно сформулировать целый спектр новых задач, имеющих как теоретическое, так и практическое значение:

- отношение коммуникации/виртуала и информации;
- проблема коммуникации смыслов, виртуальные механизмы процессов осмысления;
- виртуальные характеристики искусственных коммуникационных сред (СМИ, интернет и т. п.);
- разработка общих способов описания и исследования виртуальных/коммуникативных реальностей, технологии их порождения, поддержки, трансформации, уничтожения, что, например, осуществляется в технологиях ПР;
- оценка влияния на индивидуальную психику тех или иных виртуальных/коммуникативных технологий, проблема психологических загрязнений и психологической безопасности;
- оценка влияния виртуальной и информационной деятельности человека на окружающий мир: социум, биоту, физическую реальность. И это — новый аспект экологии;
- наконец, оценка парадигмального потенциала коммуникатологии, выявление тех ее идей, которые войдут в формирующуюся новую общенаучную парадигму.

Сложность, новизна и многозначность феномена коммуникации в современности имеют следствием и новые возможности, и новые угрозы. Нужно

отдавать себе отчет в том, что усиление коммуникативных факторов бытия не может не затронуть базовые антропологические качества. Человек будет стремительно меняться, и задача теоретико-методологического дискурса в этой связи сводится к ответу на вопрос, каковы будут эти изменения и каким образом можно их учесть, чтобы не потерять личностное человеческое начало — главное достоинство вида хомо-сапиенс, а также реальность его существования.

Смысл понятия «реальность» (лат. *realis* — вещественный) в том, что человек потенциально относится к окружающему его миру как к набору предметов, которыми он может манипулировать, т. е. как к вещному миру. В этом отношении вещью является и сам мир — обиталище человека, эйкос (*oikos*). Причем эйкос — это величина переменная.

Во-первых, он для каждого человека свой. Во-вторых, отличный для каждого социума. В-третьих, общечеловеческий эйкос XX в. не такой, каким он был в XIX веке, а в XIX веке он был не такой, каким был до Рождества Христова.

Обитаемый мир, с одной стороны, находится в постоянном становлении, а с другой — каждый человек одновременно существует во множестве эйкосов. Отсюда и идея полионтологичности бытия, т. е. предположение об одновременном существовании во множестве вещных миров. Потенциальная изменчивость эйкоса позволяет ввести понятие виртуального эйкоса.

Виртуальный эйкос — часть мира, осознаваемая в настоящий момент времени обитаемой и отражаемая психикой в качестве освоенного психологического пространства. Его размеры могут колебаться от физических размеров человеческого тела, и даже отдельных органов тела, когда, например, все внимание сосредоточено на физической боли, до обозримых мысленно бесконечных пределов вселенной.

Психика человека получает и обрабатывает информацию, поступающую извне, а результат обработки — новую информацию — возвращает в окружающую среду. Человек формирует и регулирует свою деятельность, совершая действия и производя вещи, которые отчуждаются от автора и погружаются в среду, что наполняет ее новыми смыслами. Так осуществляется информационный обмен между человеком и обитаемым миром.

Коммуникации человека с виртуальным эйкосом призваны способствовать расширению эйкоса, т. е. усложнению системы «человек — эйкос», но могут действовать и в прямо противоположном направлении, сужая сферу присут-

ствия человека в реальности, иными словами, приводить к деградации и человека, и его виртуальный эйкос. В этом и состоит основная угроза несбалансированного развития информационно-коммуникативных технологий. Причем порождаемые ими информационно-коммуникативные потоки в этом контексте могут быть поняты как психологические загрязнители.

Попробуем конкретизировать возможные деструктурирующие воздействия на психику человека.

#### *Картина мира — психика*

Повреждение или упрощение картины мира само по себе есть повреждение и деградация психики. Например: выпадение из картины мира природных объектов, замена их искусственными суррогатами стало достаточно обычным явлением для современного городского жителя. При этом способность человеческой психики к ориентации в окружающем мире непосредственно зависит от полученной ранее априорной информации: чем большим опытом обладает человек, чем более наполнена и организована его картина мира, тем лучше и тоньше работают механизмы восприятия и мышления. И наоборот, если картина мира подвергается разрушению, из нее либо вычленяются объекты, либо рвутся связи, то это приводит к нарушению восприятия и мышления.

#### *Факты естественного природного окружения и искусственной среды — психика*

Информация об окружающей естественной среде поступает по всем чувственным каналам и воспринимается как на уровне чувствительности, так и на перцептивном уровне. Если условия окружающей природной среды достаточно приемлемы для человека (приемлемый диапазон температур, давления, освещенности, шума и т. п.), то окружающая среда воспринимается как комфортная. Ухудшение условий включает адаптационные механизмы, а при невозможности быстро адаптироваться провоцирует стресс. Но если изменение условий носит экстремальный характер, то информация, поступающая по чувственным каналам, сама по себе может нести разрушительный характер, т. е. приводить к упрощению системы «психо-эйкос». Так, например, может действовать раздражитель, вызывающий сильную болевую реакцию, практически блокируя все другие каналы и сосредоточивая внимание на себе. Другой пример: у людей, живущих в зонах экологического бедствия, наблюдается не только рост тех или иных заболеваний, но и глубокие личностные изменения, затрагивающие эмоционально-волевую и ценностные сферы психики. Экстремальные условия су-

существования приводят к искажению процессов восприятия и, как следствие, — к формированию искаженной картины мира, т. е. обедняют виртуальный эйкос. Однако всегда есть принципиальная возможность управления процессами формирования такого образа окружающей действительности, который будет помогать человеку максимально использовать свои резервы при адаптации к резко ухудшающимся условиям существования.

*События-реакции на деятельность — психика*

Сигналы, которые человек получает из среды в ответ на свои действия, являются необходимым элементом процесса управления деятельностью. Они формируют образ деятельности и образ себя в деятельности, которые вместе с целеполаганием образуют структуру деятельности. Все те информационные включения, которые способны помешать и затруднить обработку сигналов-реакций на деятельность, играют роль психологических загрязнений. Механизм повреждения структуры деятельности адекватно описывается в психологии виртуальных реальностей. «Существуют психические события (переживания), которые порождаются внутри самой деятельности. Эти события возникают спонтанно, неожиданно и так же спонтанно исчезают. В этот момент работа начинает получаться либо особо эффективно, без приложения дополнительных усилий, либо, наоборот, продолжение и поддержание обычной деятельности требуют особых волевых усилий, поскольку даже собственное тело перестает быть послушным. В первом случае деятельность становится сверхэффективной, во втором — малопродуктивной, вплоть до полного прекращения. Это означает, что человек погружается в виртуал»<sup>6</sup>, т. е. переходит в другую, необычную, реальность, обретая фактически другую телесность.

*Общение — психика*

Общение создаст возможность внутренней деятельности (или мыслительности), так как поступающую информацию приходится осмысливать. Общение с людьми — достаточно хорошо изученная область психологии. Оно направлено на формирование новых межличностных отношений либо на изменение прежних. Общение может привести к повышению социальной компетентности личности, а может оставить ее неизменной или даже ухудшить. Социальная компетентность — это способность ориентироваться в социаль-

<sup>6</sup> Носов Н.А. Психологические виртуальные реальности. М., 1994. С. 17.

ной среде. Связанное с социальной компетентностью понятие социального интеллекта означает способность личности ставить и решать задачи изменения окружающей личность социальной среды. Чем более дифференцированно личность способна относиться к своему социальному окружению, чем сложнее и упорядоченнее это социальное окружение, тем большей социальной компетентностью обладает личность. Следовательно, психологическим загрязнением будет являться такое общение, которое приводит к деградации системы межличностных отношений. Суррогатные формы общения, достаточно широко предлагаемые на рынке развлечений, при их чрезмерном потреблении в конечном счете приводят к личностной деградации. Это и есть одна из социально-детерминированных форм психологических загрязнений. Проблема суррогатных форм общения особенно актуализируется с развитием телекоммуникационных технологий, создающих новые форматы и каналы общения.

*Массовые социальные коммуникации — психика*

Поток информации, приходящий по каналам массовых коммуникаций, а также поток знаний, приходящий из системы образования и науки, служат для формирования рациональной и эмоционально-образной актуализированной картины действительности. Этот канал сегодня наиболее сильно влияет на массовое и индивидуальное сознание, декларируя комплекс вкусовых предпочтений: эстетических, этических, идеологических.

Специфика второй половины XX века по отношению ко всей предыдущей истории человечества в том, что:

- современные социальные коммуникации в значительной степени рационализированы как по содержанию, так и по методологии подачи информации. Формула современного цивилизованного образа жизни «образование — знание — успех — благополучие» лишь укрепляется;
- культурно-образный и духовный компонент социальных коммуникаций значительно нивелирован по отношению к рациональному. Одновременно с этим система образования и науки переживает кризис, обусловленный тем, что она уже не в состоянии давать знания, гарантированно обеспечивающие успех и благополучие, на которые рассчитывает обыватель;
- средства массовой информации (СМИ), расширенные до системы массовой коммуникации (СМК), переживают расцвет, так как все в

большей степени приобретают возможность управлять не только сознанием, но и подсознанием масс, заслоня собой другие коммуникативные каналы;

- знания вследствие своей общедоступности обесцениваются, утрачивается способность различать знание и информацию; происходит смещение понимания знания как самооценности в сторону понимания знания как инструмента — орудия.

Захват средствами массовой информации социально-коммуникативного канала, насыщенного, даже перегруженного готовыми к употреблению образами, провоцирует утрату психикой способности самостоятельно генерировать образы. Фактически здесь речь уже идет об информационно-образной наркомании массового сознания, подпитывающегося от иллюзионистских практик социально-коммуникативных технологий.

Причем легкость освоения иллюзорных миров контрастирует со сложностью со-бытия с самим собой и миром. Последнее приводит к виртуализации иллюзорной реальности, т. е. замещению целостно-личностного плана бытия фрагментарно-личностным, профанации внешнего и внутреннего мира, деградации, скольжению вниз.

Иными словами, происходит симуляция реальности, реальность в целом замещается своим симулякрот. Более того, можно констатировать появление следующей стадии симулятивного процесса, описанного Ж. Бодрийяром<sup>7</sup>, — «подделка — производство — симуляция».

Особенности современности наводят на мысль о необходимости дополнить эту схему симулякрот следующего порядка -симулятивной коммуникацией.

Тогда она будет выглядеть так: *«подделка — производство — симуляция — симулятивная коммуникация»*.

Симулятивная коммуникация подменяет не только свой предмет, но и самого коммуникатора, имитируя взаимодействие там, где оно уже закончилось или не начиналось вовсе. «Наблюдатель становится частью самого симулякра, а его

<sup>7</sup> См.: Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М.: Добросвет, 2000 и другие его работы.

точка зрения трансформирует и деформирует последний»<sup>8</sup>. В симулякре присутствует некое умопомешательство, некое неограниченное становление. При этом симулятивная коммуникация преобразует симулякры нижних порядков, разрозненные и фрагментарные, в систему, связанную определенным кодом.

Таким образом, симулятивная коммуникация управляет нашими контактами с миром вещей, идей и смыслов. По каналам независимого информационного потока из социокультурной среды поступают образцы симулятивных коммуникаций, определяющих способы интерактивного общения с реальностью, в результате которого делается дальнейший шаг к свертыванию в код образов реальности и способов их восприятия.

Этот цикл встроен в цивилизационный процесс формирования информационного общества и, вероятно, является одним из его системогенерирующих факторов.

В качестве иллюстрации представим эволюцию задач рекламы, которая прошла следующие стадии: 1) реклама изделия (товара); 2) формирование потребности, которую может удовлетворить именно эта группа товаров; 3) реклама имиджа изготовителя; 4) позиционирование имиджа на рынке; 5) связывание имиджа с образом жизни; 6) реклама образа жизни; 7) создание мифа.

Речь идет о порождении последующего симулякра предыдущим, в результате чего последующие симулякры начинают детерминировать весь предыдущий ряд, двигаясь в направлении создания некоего универсального кода<sup>9</sup>, с помощью которого аудиториям предлагается осуществлять коммуникацию с реальностью.

Человек информационного общества все в большей степени коммуницирует с симулякрами, природа которых меняется в направлении симуляции самой по себе коммуникации. При этом человек все меньше оказывается способным к реконструкции значений предлагаемых ему знаков, поскольку они в большинстве своем являются пустыми знаками — симулякрами, и потому он отказывается от самой идеи такой реконструкции. Это приводит к нивелированию понятия смысла и автоматическому приятию навязываемых ему социокультурным окружением симулятивных кодов.

<sup>8</sup> Делез Ж. Симулякр и античная философия // Логика смысла. М., 1995. С. 336.

<sup>9</sup> Хорошим примером такого универсального кода является язык населения планеты Кин-дза-дза из одноименного фильма, в котором все формы сообщений сводились к одному высказыванию «КУ!».

Сам симулятивный код фактически является цифровым, основанным на Булевой алгебре (0 — 1) кодом. Оцифровка уникальных личностных особенностей и чувственных отношений творит уникальную пространственную структуру, строго не локализованную ни в одной из протяженностей. Цифровые коды и форматы представления информации становятся стандартом культурного процесса, подчиня себе деловую, познавательную и творческую активность, а также бытовое общение. За этими процессами, естественно, стоит новый профессионализм, формы которого в значительной степени определяются новыми культурными кодами и формами структуризации коммуникаций в интернете.

Таким образом, как в посюстороннем (вне экрана компьютера), так и в потустороннем (за экраном) пространстве создается культура, подчиненная логике цифровых процессоров и гипертекстовых презентаций. При этом коммуникация, как «живая», так и «электронная», осмысливается в качестве основного инструмента деятельности, опять-таки и там, за экраном, и вне его. Одним словом, именно коммуникация становится центральным предметом человеческой культуры со всеми вытекающими отсюда последствиями, в том числе и трудно-предсказуемого феномена ее эволюционирования в сторону симулятивности всего доступного человеческому восприятию.

Все сказанное выше заставляет еще раз задаться главным вопросом: так кто же мы: виртуальные частности, переносящие информацию и смыслы, которые уже не в состоянии вместить, или личности, способные найти в себе и в мире нечто не симулятивное и не коммуникативное, а самодостаточное?

# Театральная метафора public relations

*В соавторстве с О.Н. Симоновой*

## Вторая древнейшая...

Профессиональная социокommunikативная деятельность (в частном случае ПР) возникла вместе с социальностью, а точнее вместе с появлением человека разумного. Это, конечно, не дает права говорить о существовании в первобытном обществе профессиональных пиарщиков. Тем не менее пиарщики оспаривать у журналистов право на статус второй древнейшей. Палеопиар представлял собой синкретическое смешение задач политики, менеджмента, магии, медицины, религии, педагогики и т.п., представляемых в форме ритуалов и обрядов. Т.е. некоторых действий, обладающих всеми признаками театральности: наличием сценария, актеров, сцены. Выходит, что социально-коммуникативные задачи решались на заре истории с помощью театрального действия, мистерии и, стало быть, именно театр является прообразом современного ПР.

Если выше приведенный тезис может показаться несколько легковесным, поскольку требует для своего обоснования серьезного и специального культурологического исследования, то факт неразрывной связи современных ПР-практик с театральным искусством сомнения не вызывает. ПР активно осваивает такие формы деятельности, как управление событиями, специально организованные мероприятия, сценирование, мифодизайн и т.п., обладающие конотациями явно театрального происхождения.

Но если это действительно так, то именно в театре ПР должен был приобрести наиболее развитые формы. Однако этого не произошло. Более того, в редком театре вообще выделена подобная функциональность. Вероятно здесь проявление известного феномена «сапожника без сапог», — поскольку театр это и есть «чистый» ПР, то в этом чистом пиаре трудно выделить ПР-функцию, в качестве обслуживающей.

Все это, тем не менее, не мешает ввести в научный дискурс так называемую «театральную метафору социально-коммуникативной деятельности», т.е. отождествить театр и ПР.

## ПР — ЭТО ТЕАТР ТЕАТР — ЭТО ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПР

Введение этой метафоры преследует две цели.

Первая — рассмотреть специфику формирования и функционирования собственно театральных брендов, описать их типологию, и типологию соответствующих коммуникативных стратегий.

Вторая — экстраполировать полученные результаты на ПР в целом.

### Типология театральных брендов

Каждый известный театр уже является брендом, для этого соответствующим набором качеств, которым должна обладать марка, чтобы считаться брендом. Бренд, функционируя в рыночной среде, всегда использует для собственного развития стратегию, основанную на принципах брендинга. Театр как бренд (в данном контексте — образ рождающий эмоциональный отклик у зрителей) может формироваться различными способами и на различных основаниях.

Вместе с тем имеет место несоответствие между ситуацией, сложившейся в театральной среде, когда театр вынужден становиться независимым рыночным субъектом и функционировать в соответствии с рыночными принципами и, в частности, используя технологии брендинга и, с практически полным отсутствием четко сформулированной коммуникативной стратегии развития театра как объекта брендинга.

Складывается впечатление, что на этом рынке нет ясного представления о том, что брендинг — это многоструктурный, обоснованный, выверенный и кон-

тролируемый комплекс мер по созданию товарной марки, разработке дизайна упаковки, рекламной аргументации, проведению акций по стимулированию сбыта, т.е. использование всего арсенала маркетинговых средств коммуникативного воздействия на потребителя. Фактически сегодня идет глобальная борьба за потребителя в двух плоскостях: товарной и коммуникативной.

Учитывая то, что современный театральный рынок является единым сложноструктурированным коммуникативным пространством, где соседствуют бренды разных уровней и разной степени узнаваемости, при проектировании архитектуры театрального бренда и поддержании его идентичности может быть использовано несколько оснований.

В частности, любое театральное действие невозможно без присутствия трех элементов: актера(деятеля), спектакля(замысла/сценария), театра(пiazza/арма/аудитории). Вместе с тем, эти три выделенных элемента могут иметь различные веса в различных реализациях.

Эта идея и взята нами в качестве основания при построении типологии театрального бренда и соответствующих коммуникативных стратегий.

Схематично (рис. 1) структура театрального брендинга может быть представлена нами в виде модели: актер-спектакль-театр, в процессе брендинг-стратегирования происходит раскрутка одного из компонентов.

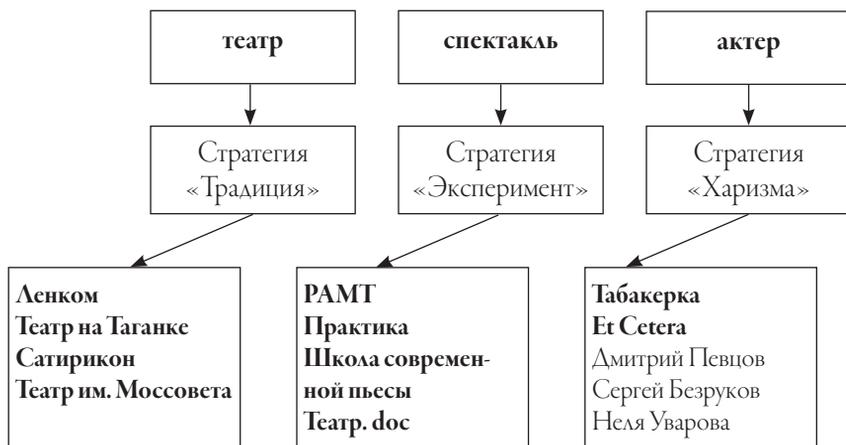


Рис. 1. Структура современного театрального рынка

Театр является по отношению к актеру и спектаклю зонтичным брендом, объединяющим их под своим именем. Точно так же любой спектакль, имеющий значительный художественный и рыночный потенциал может стать самостоятельным брендом, объединяющим актеров и театр. Имя актера тоже потенциально может стать брендом, и объектом брендинга.

Необходимо оговориться, что в своей деятельности каждый театр комбинирует компоненты модели брендинга и соответствующие им стратегии, делая ставки то на раскрутку «взрывного» спектакля, то переживая наплыв новой публики, пришедшей в театр посмотреть на своего телевизионного кумира. Но, как правило, преобладающей является одна из стратегий.

### «Традиционалисты» начинают и выигрывают?

Одна из основных стратегий формирования и поддержания идентичности театрального бренда — стратегия, направленная на сохранение репертуарных и культурных традиций. Она характерна для старой театральной школы, театров созданных в раннее советское и досоветское время. Соотношение классических для театра пьес (Островского, Достоевского, Грибоедова, Бомарше, Чехова, Булгакова и Уайлда) с экспериментальными спектаклями и антрепризой имеет здесь значительный перевес в сторону классики.

«Репертуар— это сердце театра», — говорил Мейерхольд<sup>1</sup>. Репертуар, так же как и режиссерское видение пьесы, игра актеров, декорации, актуализация театрального действия — все это является не только культурным содержанием театральной деятельности, но и основой бренда, его ядром и товарным предложением.

При формировании стратегии, ориентированной на сохранение культурных традиций классического театра, большое значение имеет режиссерское прочтение и игра актеров. Одной из основ репертуара классического театра являются советские пьесы, например «Пять вечеров», идущие в «Современнике». На классических пьесах самореализуются маститые режиссеры. В театре «Новой драмы» (Стратегия «Эксперимент») за автора можно допридумывать сюжет, а в отношении классических пьес можно лишь интерпретировать смыс-

<sup>1</sup> Цит. по Максимова В. И рождается чудо спектакля. М., 1987. С. 56.

лы, постановщики редко оттачивают на них свою изобретательность<sup>2</sup>. В советской пьесе царит актер, в театре «Новой драмы» — режиссер-постановщик. Это еще одно значительное отличие, которое может являться базовым при формировании коммуникативной стратегии продвижения театра.

Культурные компоненты стратегии являются базовыми для дальнейшего формулирования сути бренда театра, его атрибутики, миссии, стратегии позиционирования и выбора системы бренд-коммуникаций.

Режиссерское видение одного и того же «материала», различное его донесение до зрителя предполагает значительно отличающиеся друг от друга стратегии позиционирования, рассчитанные на различные целевые группы. Основанием для выбора стратегии брендинга является художественный материал, предоставляемый театром бренд-менеджеру, т.к. выбранный художественный материал апеллирует к художественному опыту общения зрителя с театром вообще и с брендируемым театром в частности.

К театрам, выбравшим данную стратегию можно отнести «Ленком», «театр на Таганке», «Сатирикон», «театр им. Моссовета», «Современник», «театр Сатиры», «МХТ им. Чехова», «театр им. Вахтангова». В этом случае, лицом театра будет сам театр, его традиции, опыт зрителей, связанный с многолетними походами на его спектакли, т.е. весь тот культурный пласт, который ассоциируется у зрителя с этим театром. В данном случае актеры театра органично ассоциируются с театром, не являясь по отношению к нему брендами-вампирами, не способствуют размыванию театрального бренда.

С точки зрения системы бренд-коммуникаций стратегию «Традиция» можно рассматривать как брендинг товарного семейства при вовлечении компании в процесс брендинга как основного объекта брендинга, а не как гаранта бренда, например, спектакля. Эта стратегия имеет уникальные возможности для позиционирования многих спектаклей под одним названием театрального бренда<sup>3</sup>, т.е. по отношению к модели театрального брендинга акцентируется коммуникативное внимание на продвижении компонента театра.

---

<sup>2</sup> URL: <http://www.mxat.ru/><http://www.mxat.ru/>

<sup>3</sup> Темпорал П. Эффективный бренд-менеджмент / Пер. с англ. — СПб., 2003. С. 124

Преимущества стратегии «Традиция»:

1. Концентрация на названии бренда (театра) в сознании зрителей.
2. Источником повышения эмоциональной ценности бренда является апелляция к личному культурному опыту зрителей.
3. Синергия бренд-коммуникаций.
4. Значительная экономия от масштаба коммуникационных программ (гораздо экономичнее заниматься брендингом театра «Ленком», чем брендингом отдельно «Юноны и Авось», отдельно «Шута Балакирева», отдельно «Ва-банка» и т.д.)
5. Облегчается выход на новые рынки (Большой театр — мировой бренд, в то время как не каждый из его спектаклей не всегда известен в других странах).
6. Возможно многократное расширение и органическое обновление бренда при условии выпуска новых хороших спектаклей, укладывающихся в рамки концепции сохранения традиций Станиславского и Немировича-Данченко.
7. Возрастает финансовая ценность корпоративного бренда, который становится стратегическим бизнес-ресурсом.

### Эксперимент, или вынужденная необходимость

Формирование стратегии театрального брендинга «Эксперимент», основанной на продвижении второго компонента модели брендинга — спектакля, происходит не только в рамках рыночного сегмента, но, что самое главное, в рамках современного культурного пространства<sup>4</sup>, одним из основных признаков которого является медиатизация культуры.

Театральные формы деятельности, оказавшись погруженными в масскультуру, утрачивают некоторые черты, присущие камерной, элитарной, сугубо эстетической, высокой культуре, изначально присущей театру классическому, театру греческих трагедий, таких как «Медея» в постановке Юрия Любимова.

---

<sup>4</sup> Аветисян. С. Постмодернизм и брендинг: некоторые размышления свободного практика// Top-Manager. 2002 № 6 (17). С. 21.

Массовая культура направлена на погружение в действие, где форма репрезентации каких-либо смыслов референта отступает на второй план. Например, стремление придать разворачивающемуся на сцене действию, некую динамику, свойственную детективному жанру, приводит к явному сближению восприятия у зрителей театрального детектива и точно такого же, но показанному по телевизору. На театральной сцене динамика передается не только насыщенностью действия и редуцированием диалоговой части, но и тем, что герой все время куда-то бежит или идет, не стоит на месте, и времени для рефлексии, свойственной классическому репертуарному театральному жанру, у него не остается. Борис Акунин по заслугам может гордиться постановкой романа «Азazelь» в РАМТе, так как, по сугубо авторскому мнению, действие романа, разворачивающееся на театральной сцене, оказалось намного более динамично, чем его киноаналог.

Ситуация, когда театр часто имеет в репертуаре спектакли с понятными любому зрителю персонажами и сюжетом, сложилась не только из-за наличия групп потребителей, далеких от театральной среды и посещающих «храм искусства» в силу вынужденной необходимости соответствовать модным тенденциям среды обитания.

Каждый зритель, приходящий в театр, живет в медиатизированной среде, он волей-неволей погружен в массовую культуру. Собственно говоря, и московские театры не являются изолированным сообществом. Театр «традиционный» использует эту современную культурную среду не столько с точки зрения эстетической, сколько с практической: театру необходимо использовать потенциал медиа для реализации собственной стратегии, не забывая что рекламная и маркетинговая деятельность стала скорее не театральной, а околотеатральной. «Шут Балакирев», один из самых знаменитых спектаклей «Ленкома», идет по телевизору, правда, по каналу «Культура» и поздно вечером. Что это? Массовизация театрального искусства? С культурологической точки зрения — возможно, так как мы рассматриваем здесь массовую культуру как некие культурные тексты, актуализирующиеся в массовой среде посредством медианосителей. Тем не менее, с точки зрения стратегии брендинга, это просто очередная рекламная акция, способная не только привлечь в театр новых зрителей, захотевших увидеть спектакль «живую», но и увеличить паблицитный капитал театра.

«Высокая» культура, роскошь мировых оперных театров, пурпурный бархат концертных залов создают дистанцию между зрителем и актером. Напротив, популярные развлечения предполагают участие зрителя, а также коллективное участие публики в празднике. Современный театр все чаще и чаще стремится интегрировать своего зрителя в спектакль, сделать его непосредственным участником действия.

Например, во время спектакля Бориса Юхананова «Фауст» у одного из зрителей в зале звонит телефон, он демонстративно громко отвечает, что говорить сейчас не может, потому что сидит в театре, потом встает, неожиданно залезает на сцену, дает Фаусту прикурить и деловито исчезает в кулисе. Подобную находку сам режиссер объясняет «общностью мира и неразрывностью пространства». Публика в зале веселится от души, зритель, что называется, интегрировался в процесс.

Алвис Херманис в инсценировке «Льда» Владимира Сорокина также производит попытку интеграции модных московских ценителей в спектакль. Зрителям раздают альбомы с комиксами. Сам спектакль имеет подзаголовок «Коллективное чтение книги с помощью воображения» и очень напоминает постановки «новой драмы», основные черты которой — будничная одежда, минимум реквизита и никакой традиционной иллюстративности<sup>5</sup>.

Подобные вещи мы можем наблюдать все чаще и чаще. Сейчас уже стало нормой, когда актеры вставляют по ходу действия шутки и реплики, способные вызвать смех, актуальные и максимально приближенные к жизни за театральными стенами, даже в классической постановке «Трех товарищей» в «Современнике» Роберт Локамп шутит по поводу однополрой любви<sup>6</sup>.

Таким образом, пространство театра становится как бы разомкнутым впуская в себя внешний мир, с его массовой культурой и стратегиями позиционирования. Современного зрителя уже не удивишь диалогом в стиле «Что же ты молчишь, как Лига Наций? — Очевидно, я Чемберлена испужался.», в свое время вызвавшим глубокое недоумение у Кисы Воробьянинова.

Для текстов массовой культуры характерна систематическая редукция объектов искусства к объектам жизни, что является безусловным «варварством»

<sup>5</sup> Театр с Еленой Ковальской. Афиша. 2006. №8 (175). С. 138.

<sup>6</sup> <http://www.sovremennik.ru/>

с точки зрения «чистой» эстетики, эстетики высокого искусства, к которому принадлежал классический театр. Поэтому, приближаясь к жизни, театр автоматически сближается с массовой культурой.

Отличительная особенность текстов популярной культуры — их практически одновременное продуцирование и существование в различных модусах, обусловленных многообразием типов медиации. Так, текст может существовать одновременно как роман, фильм, телесериал, комикс, его элементы входят в различные формы видеокультуры, в рекламу, что, в свою очередь, ведет к продуцированию новых текстов и т.д. В настоящее время театр приближается к этому.

Необходимо отметить, что основное отличие театральной культуры от культуры массовой — ее событийность, не-рутинность. Несмотря на сближение с массовой культурой и заимствование у нее многих черт, театральная культура никогда не будет принадлежать культуре массовой вследствие того, что она никогда не станет чем-то повседневным (если, конечно, зритель — не театральный критик).

Таким образом, позиционирование театра в стратегии «Эксперимент» — это максимальное сближение его с массовой культурой — это использование таких ее средств, как клубы или атрибутика интернета, а также изменение эстетики восприятия культурного продукта публикой. Но одновременно это — и подчеркнутая камерность, избранность, принадлежность его зрителям к очень узкому кругу способных понять режиссерское видение.

Наиболее рьяные адепты театра так называемой «Новой драмы» — «Театр.doc», «Практика», «Школа современной пьесы», где в качестве основного объекта брендинга выбирается спектакль, как результат и продукт режиссерской деятельности. При этом неважно, где этот спектакль идет, и не всегда имеет значение, кто в нем играет. Он может и вовсе не иметь «родных театральных стен» и играть постоянно в различных клубах.

Другой важный момент — форма, в которой существует массовая культура. Многие исследователи подчеркивают, что эта форма представляет собой мифологемы, в которых отражены и закреплены наиболее расхожие представления

обо всех аспектах жизнедеятельности: патриотизме и экономическом благополучии, справедливости и семейных отношениях<sup>7</sup>.

В современном театре уже прочно прижились многие формы, традиционно считавшиеся формами культуры массовой. О том, что в театр пришла *клубная культура* говорят не первый год, имея в виду при этом нечто смутное, ассоциирующееся с формами деятельности клубной молодежи. Тем не менее это можно понимать практически буквально — сам театр отправился в клуб. Первым оказался Евгений Гришковец, который стал играть свой моноспектакль «Дредноты» в клубе «Огород», вторым стал Иван Вырыпаев. Премьеру своей пьесы под названием «Кислород» вместе с актрисой Ариной Маркулиной он сыграл в Театре.doc, а потом попробовал сделать это под аккомпанемент диджея в клубе Б-2<sup>8</sup>.

Можно, конечно, считать все это постмодернистскими изысками, но в течение нескольких последних лет клубная культура действительно стала частью массовой культуры, и подобные действия со стороны театра следует рассматривать как один из основополагающих компонентов стратегии брендинга, делающей акцент на продвижение спектакля, а не театра и актеров.

«Школа современной пьесы»<sup>9</sup>, например, во главе с Иосифом Райхельгаузом, ставя пьесу «Своими словами», рассадил зрителей амфитеатром по обе стороны ресторанного пространства, а самых смелых и состоятельных внедрил прямо за столики. Театральные критики прокомментировали это так: режиссеру якобы не дает покоя прошлое этих стен, в которых раньше был расположен знаменитый ресторан «Эрмитаж»<sup>10</sup>. Программка спектакля гласит: «Нет драматурга». Постановка действительно рождалась из коллективных творческих бдений, складывалась из пережитых, подсмотренных или услышанных где-то житейских ситуаций. Пьеса представляет собой череду свободных диалогов на тему: «Что бы могло происходить сегодня вечером в этом зале, будь здесь, как прежде, московский ресторан». «Здесь, невзирая на всю пустяшность замысла,

<sup>7</sup> Массовая культура в зеркале концепций. Интернет-ресурс: <http://safety.spbstu.ru/el-book/www.philosophy.ru/iphras/library/aesthvosp/03.htm>

<sup>8</sup> <http://www.teatrdoc.ru/modules.php?op=modload&name=Sections&file=index&req=viewarticle&artid=20&page=1>

<sup>9</sup> <http://www.neglinka29.ru/>

<sup>10</sup> Театр с Еленой Ковальской. Афиша. №8 (175). С. 138.

игривость воплощения и ресторанный привкус, в известном смысле «кончается искусство» и «дышат» те самые «почва и судьба»<sup>11</sup>.

Сравним постановку одной и той же пьесы в контексте разных коммуникативных стратегий: «Фауст» Гете, Юрием Любимовым на Таганке (преобладающая стратегия развития театра — «Традиция») и постановку Борисом Юханановым в рамках театрального фестиваля «Пушкин & Гете» (стратегия — «Эксперимент»).

Художественное оформление любимовского «Фауста» сделал Борис Мессерер, который неоднократно создавал сценографию к спектаклям «Таганки». В оформлении «Фауста» главную роль играл рисунок Леонардо «Человек», ставший символом человечества. Этот рисунок, с помощью которого как бы состоялся диалог двух равных гениев, возвеличил спектакль.

На первый взгляд, Юрий Любимов точно следует за Гете. В его постановке есть ангелы, черти, черный пудель и огненное жерло Ада. Все, как у классика, но — еще больше метафор и аллегорий. Спектакль, скорее, построен на символических обозначениях, чем на последовательном прочтении пьесы Гете. «Сам Гете сказал про «Фауста», что он не может определить жанр произведения, поскольку здесь смесь всех литературных жанров, — говорил в канун премьеры Юрий Любимов. — На сцене я тоже попытался смешать все жанры, только театральные, в единый спектакль. Я не мог позволить себе ставить полную пьесу, и поэтому мы показываем лишь эпизоды из нее, перемешивая все это карнавальным демоническим вихрем. У меня в спектакле много зеркал, которые символизируют другой мир. Я ничего не хочу пояснять. Боюсь, что пропадет своеобразная магия. В моем «Фаусте» много символов. Все это для того, чтобы пробудить фантазию зрителя»<sup>12</sup>.

Одновременно в рамках фестиваля «Пушкин & Гете» состоялась премьера спектакля Бориса Юхананова, выпускника последнего курса Эфроса, ученика Васильева, участника всевозможных авангардных, андеграундных, параллельных тусовок.

«Фауста», поставленного Юханановым может посмотреть любой зритель, а не только избранный круг «причастных» к мифу, т.е. читавших Гете. Трехчасо-

---

<sup>11</sup> Там же. С. 139.

<sup>12</sup> <http://taganka.theatre.ru/>

вое действие «мистического хора» (так определяет жанр своего творения сам постановщик) перегружено авторскими намеками, ассоциациями, «прозрениями». Мизансцены не обязательны и вполне заменяемы. На сцене происходит какое-то движение: не без того, актеры-то живые люди. Но в этих перемещениях внутреннего смысла совсем мало, кроме одного: надо же чем-то заполнять время и пространство. Вот выехал на велосипеде Мефистофель, сделал несколько кругов на сцене, прежде чем предстал пред Господом, сидящим в окружении кошек. Актеры, не получив точных режиссерских указаний, начинают мельтешить, суетиться. Их речь невнятна, движения так же не обязательны, как и мизансцены (иногда хотелось бы углядеть в них пародию на театральные штампы). Основа спектакля здесь — режиссерское видение материала и самовыражение, а не традиции Станиславского.

При разработке системы бренд-коммуникаций можно говорить о выборе уровня товарного брендинга в синтезе с рекомендательным брендингом<sup>13</sup>. На уровне товарного брендинга находится название и исключительная позиция одного товара, т.е. спектакля. Театры, а точнее, режиссеры, практикующие этот подход, дают полную самостоятельность каждому спектаклю, и каждый спектакль продолжает свое существование или терпит поражение только вследствие собственных заслуг или качеств.

Преимуществами данной стратегии:

1. Каждый спектакль может предназначаться для четко выделенной целевой аудитории.
2. Многочисленные спектакли могут заполнить целую брендовую нишу.
3. Уменьшается риск, так как неудача одного спектакля не наносит вред всему театру.

Недостатки стратегии:

1. Высокая стоимость, вызванная необходимостью формирования отдельного бюджета на рекламу и продвижение каждого бренда.
2. Отсутствие ассоциаций между зрителем и театром, т.е. отсутствие постоянной лояльности потребителя.

<sup>13</sup> Темпорал П. Эффективный бренд-менеджмент/Пер. с англ. — СПб., 2003. С. 125.

## Стратегия «Харизма»

Когда основным объектом брендинга становится третий компонент представленной модели брендинга — актер — реализуется стратегия, основанная на личной популярности и харизматичности, при этом она может эффективно функционировать в двух случаях:

1. Бренд театра формируется на основании популярности его актеров, создающих свои студии: это театры Армена Джигарханяна, Олега Табакова, Александра Калягина. Популярность и народная любовь, завоеванная ими позволяет в настоящий момент создать собственный бренд: театр с собственным режиссерским видением и репертуаром.
2. Театр брендируется на основе известности «актера» заработанной на киноэкране и в телевизионных сериалах.

## Актерские театры

Народный артист СССР Олег Павлович Табаков в настоящее время является одновременно художественным руководителем МХТ им. Чехова и основателем, художественным руководителем Театра под руководством Олега Табакова. Личность Табакова можно рассматривать как классический пример харизматического лидера, нашедшего в себе силы и для руководства классическим театром, коммуникативная стратегия брендинга которого направлена на сохранение традиций классического театра, и для создания театра новой школы.

Критерий, отличающий коммуникативные стратегии, которых условно направлены на сохранение старых традиций классического театра, от стратегий, где основой формирования бренда становится харизматическая сила актера, создавшего свой театр и приведшего туда большую часть своих личных поклонников-зрителей, — это время создания театра.

У театров, созданных в раннее советское и досоветское время, имеющих богатую историю, собственные традиции есть веские основания, чтобы позиционировать себя в рыночном сегменте класса премиум, так как одним из критерием престижности бренда традиционно является давность времени его создания.

Бернар Арно, президент компании LVMH (MOËT HENNESSY LOUIS VUITTON GROUP), в интервью «Harvard Business Review» выделил несколько фундаментальных критериев, которым должны соответствовать люксовые бренды<sup>14</sup>:

- Вечные
- Современные
- Быстро растущие
- Высокоприбыльные

Существует определенное противоречие между быстрым ростом и высокой прибыльностью, так же как и между вечностью и современностью. Вечное существование марки требует долгих лет ее развития, но восприятие этой особенности, с точки зрения брендинга, может быть скорректировано благодаря бескомпромиссной работе над качеством. «Инновационные подходы к деятельности необходимы для соответствия современности, однако этого соответствия достичь трудно, так как вы одновременно должны знать прошлое и создавать будущее»<sup>15</sup>.

Поэтому театры, созданные актерами относительно недавно, вынуждены прилагать большие усилия для обретения высокого уровня известности. В среде театралов, привыкших ходить «на Табакова», «на Тенякову», «на Калягина», высокий уровень узнаваемости при создании нового бренда приобретает относительно легко, а основные усилия этих театров при разработке комплекса маркетинговых и рекламных коммуникаций бывают направлены на охват основной зрительской массы, у которой на слуху громкие имена. Поэтому недавно созданные театры часто называются по именам их основателей. Театр *Et cetera*, созданный Александром Калягиным, до сих пор «в народе» упорно называется театром Калягина<sup>16</sup>.

В 1957 году под крышей Школы-студии МХАТ Олег Ефремов создал Студию молодых актеров, преобразовавшуюся впоследствии в театр «Современник». Ефремов оказал большое влияние на профессиональное становление Табакова. По словам Табакова, Современник стал одновременно и «...под-

---

<sup>14</sup> <http://www.et-cetera.ru/>

<sup>15</sup> <http://www.tabakov.ru/>

<sup>16</sup> <http://www.et-cetera.ru/>

тверждением величия Московского Художественного театра, его методологии, учения Станиславского и Немировича-Данченко о живом актёре, живой жизни человеческого духа, воспроизводимой на сцене сегодня, здесь, сейчас», и «новым организмом, по сути дела взрывающим МХАТ изнутри... Вполне закономерно, что МХАТ не принял и не вобрал в себя Студию молодых актёров, что, может быть, было одной из трагических ошибок этого театра...»<sup>17</sup>.

В 1977 году, Табакову удалось получить помещение, бывший угольный склад, которое его ученики собственными руками очистили и отремонтировали. Со временем оно превратилось в знаменитый подвал «Табакерка». Вскоре «подвал» стал известен не только в Москве. С 1979 года о студии стали писать лучшие журналисты и критики того времени — А.Аджубей, Е.Сурков, А.Свободин, И.Соловьёва. После успешнейших гастролей студии в Венгрии стало очевидно, что на свет появился новый Театр. Однако официального статуса театру не дали.

Формальной датой создания табаковского театра считается 1986 год, когда был наконец подписан приказ о создании трёх московских театров-студий.

Табаков называет своё детище «нормальным, русским, традиционным, реалистическим психологическим театром». Реалистическим не в том смысле, что он не признает, к примеру, театра абсурда или того, что называет «театром правдоподобия невероятного» (Гоголя, Гофмана, Салтыкова-Щедрина). «... Наоборот, наш театр вбирает всё и от этого становится и более мощным, и более маневренным, и более полнокровным по звучанию. Театр интересен, когда он не просто тиражирует жизнеподобие, а когда пытается осуществлять езду в неизвестное...»<sup>18</sup>

«Табакерка» была создана по всем правилам русского театра-семьи со своими законами и расстановкой сил, где есть мудрый «отец» и где происходит постоянное обновление, приток новых талантливых сил.

Народный артист РФ, лауреат Государственных премий РФ Петр Наумович Фоменко создал один из известнейших современных московских театров, приобретших лавину долей своей известности благодаря имени своего основателя<sup>19</sup>.

<sup>17</sup> <http://www.tabakov.ru/>

<sup>18</sup> <http://www.tabakov.ru/>

<sup>19</sup> <http://fomenko.theatre.ru/>

В советское время Фоменко много и плодотворно трудился на Центральном телевидении, создавая свой телетеатр. Кроме того он снимает полнометражные художественные фильмы: «На всю оставшуюся жизнь» по «Спутникам», «Почти смешная история», «Поездки на старом автомобиле». В 1993 году актерско-режиссерский курс Фоменко (второй по счету набор) получил статус театра. Название его возникло само собой: просто слово «мастерская», коим в ГИТИСе именуется каждый курс, стало именем театра — «Мастерская Петра Фоменко. Он регулярно пополняется учениками мастера: в труппе сегодня три поколения «фоменок» (так называет актеров «Мастерской» театральная Москва), среди которых уже успевшие стать известными Галина Тюнина, Ксения и Полина Кутеповы, Кирилл Пирогов, Карэн Бадалов, Ирина Пегова, Евгений Цыганов и другие молодые актеры.

Театр, созданный Александром Калягиным начинался не с идеи, а с талантливого курса Школы-студии МХАТ, который он выпустил в 1990 году. Название «Et cetera» до сих пор вызывает вопросы; многие к нему трудно привыкают, не могут правильно выговорить, поставить верное ударение, и упорно называют театр Театром Калягина. Но художественный руководитель с таким же упорством настаивает на том, что у театра есть имя — «Et cetera». О названии театра А. Калягин говорит, что оно отражает суть устремлений театра, которые очень просты и очень сложны одновременно<sup>20</sup>.

С точки зрения стратегии брендинга, театр «Et cetera» позиционируется в сознании зрителей в соответствии со следующими аспектами деятельности, заявленными А. Калягиным:

- Живой, открытый театр, существующий вне каких-либо догматов, жестких идей, сформулированных театральных манифестов.
- Вписанный в многоликий мировой театральный процесс, театр все время развивается и меняется в соответствии с тем, как меняется мир вокруг.
- Театр связан с прошлым, но устремлен в будущее.
- «Et cetera» ищет свой репертуар, и это его отличительная особенность, по словам Калягина, символизирующая постоянный поиск своего театра, через своих артистов, своих режиссеров, своих драматургов и нестандартный репертуар.

<sup>20</sup> <http://www.et-cetera.ru/>

Как правило, коммуникативная стратегия развития театров, созданных известными артистами, мэтрами относительно недавно, первоначально базируется на репутации одного человека, который — как это видно из названия театра — отвечает за все: за выбор пьесы, ее прочтение и постановку, в конечном счете, за качество предлагаемой продукции.

## Телепузики

В контексте современного брендинга посредством выхода актера на телевизионный экран или экран кинотеатра решаются две проблемы: создание бренда актера в массовой среде, и поддержание идентичности бренда.

Съемки в кинофильмах и телевизионных постановках всегда были одним из аспектов деятельности театральных актеров. Это становится все более актуальным, если учесть, что одним из признаков современного культурного пространства является медиатизация культурной среды и погруженность в эту медиасреду не только зрителей, но и самого театра.

Актриса Российского Академического Молодежного Театра Неля Уварова, снявшаяся в сериале «Не родись красивой» мгновенно стала узнаваемой и популярной, привлекла внимание телевизионных поклонников и к своей театральной деятельности.

Однако, подобная стратегия чревата для актера тем, что очень «насыщенная» роль в сериале может спровоцировать возникновение образа-вампира, поставив крест на получении разноплановых ролей.

Так, Дмитрий Певцов в театральной среде известен как один из ведущих актеров «Ленкома», но, у широкой публики он ассоциируется прежде всего с сериалом «Бандитский Петербург».

Сергей Безруков, успешный театральный актер, играющий в «Табакерке» у Олега Табакова после роли Саши Белого в «Бригаде», не просто проснулся знаменитым — в театр повалили толпы его телевизионных фанатов, мифологизовавших театрального актера на уровне массовой культуры.

Виктора Ракова, актера «Ленкома»<sup>21</sup>, стали узнавать на улицах после роли князя Николая Чечвинского в сериале «Петербургские тайны». Киноманы

---

<sup>21</sup> <http://www.lenkom.ru/>

заговорили о нем много раньше — после фильмов «Мать» Глеба Панфилова и «Убить дракона» Марка Захарова. Сам Раков считает себя прежде всего актером театральным<sup>22</sup>, несмотря на то, что продолжает сниматься в телесериалах.

Телевизионный художественный фильм «Закон», состоящий из 23-х серий, в котором было задействовано много замечательных артистов (Дмитрий Назаров, Нина Усатова, Владимир Стеклов, Сергей Гармаш) — первая большая работа Александра Велединского, режиссера, который получил на «Киношоке» главный приз за «короткий метр» и приз критики.

У Виктора Ракова — роль бизнесмена, руководителя благотворительного фонда и ведущего ток-шоу. В реальной жизни на роль ведущего ток-шоу он пробовался, но альянса не получилось. «Наверное, это было бы интересно, но и «голос канала», и ведущий ток-шоу — это совсем другая работа. Для этого, наверное, необязательно быть актером. Хотя, на мой взгляд, Лена Яковлева («Чего хочет женщина») и Люся Артемьева («Впрок») довольно удачно вписались в телевизионную канву», — комментирует актер.

Съемки в кинофильмах и телесериалах для известных театральных актеров стали каналом коммуникации для поддержания идентичности бренда актера, так как зритель, постоянно погруженный в медиатизированное пространство, черпает значительную часть своих эстетических представлений именно из него.

С точки зрения выбора уровня брендинга, стратегия «харизма» относится к уровню товарного брендинга, неявно совмещенного с уровнем брендинга рекомендательного. По отношению к брендируемому актеру, театр дает ему полную самостоятельность, возможность рассчитывать только на свой собственный потенциал, рекомендательная роль театра (если она присутствует) неявна и не выступает в качестве гаранта качества, актеры усиливают бренд театра.

Рекомендательный брендинг является самым дешевым способом оказания поддержки бренду актера.

## Обобщения

Итак, в рамках театрального рынка сложилась вполне определенная модель стратегий брендинга: (традиция, эксперимент, актер). Современный театраль-

<sup>22</sup> Комсомольская правда. 2002, 5 февраля.

ный рынок является единым сложноструктурированным коммуникативным пространством, органично сочетающим в себе театральные бренды разного уровня известности.

Не только театр, но и спектакль или актер, имеющий значительный художественный и рыночный потенциал, может стать самостоятельным объектом брендинга.

Стратегия «Традиция» основывается на сохранении классического репертуара театра и классическом режиссерском прочтении пьесы. Репертуар, как и режиссерское видение, актеров, декорации, актуализация театрального действия является культурным аспектом театральной деятельности и одновременно основой бренда, его товарным предложением.

Формирование стратегии театрального брендинга «Эксперимент», основываясь на продвижении такого компонента модели трехмерного брендинга как спектакль, происходит сегодня в рамках современного культурного пространства, одним из признаков которого является медиатизация культуры. Основная особенность позиционирования театра в стратегии «Эксперимент» заключается одновременно в максимальном сближении с массовой культурой и подчеркивании камерности культуры театральной.

Стратегия, основанная на рыночной акцентуации компонента «актер» может эффективно функционировать при формировании бренда театра на основании популярности его отдельных актеров, создающих свои собственные студии и использовании ресурса телевидения и кино, для раскрутки актера.

Представленная выше театральная метафора театрального же брендинга может быть распространена и на брендинг в целом, точнее, на коммуникативные технологии ПР в целом. В этом, собственно, и состояла главная цель данной работы. Кроме того, трехмерность театральной метафоры бренда подсказывает возможность корректного введения понятия коммуникативного пространства.

Для его определения необходимо выявить базовые характеристики самих коммуникаций, так как коммуникативное пространство это способ различения коммуникаций по их взаимоположению относительно друг друга. То же самое должно было бы произойти при введении в научный обиход таких родственных понятий, как «информационное пространство», «киберпространство» и т.п., которыми легко оперируют не только в популярном научном дискурсе, но ис-

пользуют в достаточно серьезных социокультурных, социопсихологических и коммуникативных исследованиях. Однако этого пока не произошло, что превращает эти понятия в «фигуры речи» или в лучшем случае в метафоры.

Иными словами, требуется, определить базис коммуникативного пространства, его координатные оси. С этой целью и воспользуемся метафорой театра, которой является очень удобной моделью коммуникативной среды, коммуникативного процесса и коммуникации как таковой. Разумеется, театр не может состояться без пьесы, без актера, без сцены и зрителей, на которых актерами будет разыгрываться замысел пьесы. Однако мы видим, что в современной зрелищной индустрии встречаются театры, делающие основной акцент: 1) на репертуаре и режиссуре (экспериментальные театры); 2) на актере и действии (антрепризы); 3) на публике и традициях театра (театры классического репертуара). Итак, выделяется: 1) замысел, проект, сценарий, план; 2) действие, реализация, мастерство; 3) условия, материал, плацдарм, ресурс.

Все это можно интерпретировать как присутствие в коммуникации трех компонент: 1) интенциональной; 2) актуальной; 3) потенциальной. Их мы будем рассматривать в качестве базовых. Таким образом, получим систему координат XYZ.

В этой системе любая коммуникация будет представлять из себя точку в пространстве интенциональности (X), актуальности (Y) и потенциальности (Z). Расстояние этой точки от центра координат будет иметь смысл величины коммуникации. Причем в качестве меры этой величины, как и мер интенциональности, актуальности и потенциальности, удобно использовать меру разрешенной неопределенности, т.е. информацию, поскольку итогом любой существенной коммуникации является информационное изменение в объекте коммуникации, которое в самом простом случае заключается в отказе от НЕ ЗНАЮ и выборе ДА или НЕТ. Т.е. реализованная единичная коммуникация ( $X=1, Y=1, Z=1$ ) приводит к приращению информации в объекте на один бит.

Интересно также рассмотреть, что же в реальной жизни может соответствовать вырожденным случаям, когда один компонент коммуникации присутствует, а два других нет (т.е. когда точки находятся на осях координат).

Интенциональной коммуникации соответствует ситуация, при которой существует замысел или проект какого-то коммуникативного действия, но нет ни средств для его осуществления ни актора, который был бы готов реализо-

вать. Объект коммуникации (в данном случае автор этой идеи или проекта) коммуницирует со своим собственным проектом. Такой процесс можно принять за мышление, однако это не мышление, а галлюционирование, т.е. генерация фантазмов и иллюзий, имеющая нулевую продуктивность. Мышление может начаться только после завершения этой само-коммуникации, что позволит отразить изменения и осмыслить их.

Присутствие только актуальности в коммуникации означает коммуникацию ради коммуникации, т.е. коммуницирование без цели и при отсутствии плацдарма и средств. Это коммуникация-возмущение, питаемая за счет энергии стохастического раскачивания системы и в этом смысле способная создать точку бифуркации, после чего изменения в системе будут не предсказуемы. Подобный коммуникативный невроз достаточно часто встречается в современной коммуникативной практике, когда, например, ПР-мероприятия проводятся ради самих ПР-мероприятий и вне зависимости от наличия необходимых средств и условий их проведения.

Чистую потенциальную коммуникацию лучше всего проиллюстрировать на примере финансовых спекуляций, приводящих к увеличению количества денег и вынуждающих вводить кредитную систему, которая, в свою очередь, тоже становится проявлением неактуализирующейся и безинтенциональной системы коммуникаций.

Излишне говорить, что вырожденные коммуникации, в конечном итоге приводят к кризисам различного рода и масштаба, от лично-психологических до глобальных экономических, социокультурных, политических.

Идеальным случаем является тот, когда интенция (замысел, желание), акция (действие, реализация) и потенция (возможности, средства) сбалансированы. Например, человек задумал купить телевизор, у него есть на это средства и тот, кто может его продать. Он приходит в магазин, т.е. вступает в коммуникацию, и покупает телевизор, т.е. завершает коммуникацию. Результат — прирост информации на единицу: он теперь знает, что может купить телевизор. Но если у него недостаточно денег, то он вынужден либо их одолжить (вступить в новую коммуникацию), либо покупать в кредит (пролонгировать коммуникацию). То же самое будет происходить при недостатке желания или отсутствии продавца. Во всех этих случаях коммуникация не завершается, неопределенность не снимается. Иными словами несбалансированная коммуникация является не

эффективна в том смысле, что увеличивает время своего завершения и создает необходимость подключения к другим коммуникациям, которые тоже должны быть завершены до момента фиксации результата.

Таким образом, введенная нами театральная метафора позволила не только типологизировать театральный брендинг, но и подойти к решению до сих пор не решенной задачи об исчислении социальных коммуникаций, но это уже тема будущих исследований.

*2007*

# Методическая экспертиза PR-технологий

*В соавторстве с М.А. Денисовой*

Сегодня имеет место ситуация когда рынок PR-услуг бурно развивается, но при этом нет четких методов сравнения предлагаемых PR-технологий и соответственно их эффективности, так как критерии ее также весьма расплывчаты. Выбор того или иного агентства или того или иного способа решения PR-задачи происходит, как правило на основании сложившегося мнения о данном агентстве и способности его менеджеров убедить потенциального заказчика.

Задачей этой статьи как раз и является предложение подхода, способного, на наш взгляд, внести порядок в эти процессы.

Он предполагает:

- 1) рассмотрение PR-деятельности как системы;
- 2) вычленение технологического компонента PR, т.е. определение понятия «PR-технология»;
- 3) разработка системного описания модели PR-технологии;
- 4) осуществление на основании разработанной идеальной модели методологической экспертизы презентаций PR-практик.

Термин «система» вполне применим к PR-деятельности. Причем ее системность прослеживается на нескольких уровнях.

Во-первых, работа специалиста по связям с общественностью представляет собой процесс, который характеризуется не только целостным единством управленческих операций, но и последовательной реализацией различных его

этапов, а также следованием определенным закономерностям коммуникационного процесса.

Во-вторых, связи с общественностью как сфера деятельности также представляют собой целостную систему, включающую в себя различные направления и специализации: связи со СМИ, связи с местным сообществом, связи с инвесторами, корпоративные коммуникации, лоббистскую деятельность и связи с государственными структурами, избирательные технологии, финансовый, кризисный паблик рилейшнз и др. При этом в различных составляющих паблик рилейшнз как системы используются унифицированные ПР-технологии<sup>1</sup>.

Причем под *технологией* понимается «сложная реальность, которая в функциональном отношении обеспечивает те или иные цивилизационные завоевания (т.е. является механизмом новаций и развития), а по сути представляет собой сферу целенаправленных усилий (политики, управления, модернизации, интеллектуального и ресурсного обеспечения и т.д.), существенно детерминруемых, однако, рядом социокультурных факторов»<sup>2</sup>.

С другой стороны, под *технологией* понимается объединенный в общую систему и обеспечивающий наибольшую эффективность той или иной деятельности комплекс разнородных компонентов: знаний, методов, операций и правил, а также наличие информационных, энергетических, сырьевых, технико-технологических, кадровых, организационных и прочих ресурсов. И с этой точки зрения ПР может быть рассмотрен как технология.

Конечно, если считать, что ПР это набор частных приемов воздействия на человека или аудиторию, эффективность которых подтверждается только эмпирически и сильно зависит от искусства того, кто их использует, то ПР принципиально не может рассматриваться технологически. Однако мы полагаем, что подобная стадия развития этой деятельности в целом завершилась и сегодня технологический компонент системы ПР-деятельности легко может быть выделен и, следовательно, к его анализу может быть применен технологический взгляд.

Технологический подход предполагает ориентацию на постижение роли принципов стандартизации рецептуры, обеспечивающих воспроизводимость

<sup>1</sup> См.: Пономарев С.В. Вербальные коммуникации в системе паблик рилейшнз. Дис. ... канд. филолог. наук. М., 2001. URL: <http://ponomariov2002.narod.ru/disser.html>

<sup>2</sup> Там же.

результатов. В общем виде технологическое познание связано с анализом конкретных повседневных ситуаций для определения и организации сил и средств достижения результата. Система технологических знаний обеспечивает воспроизводимость получаемых результатов при условии выполнения определенной последовательности действий и использования необходимых средств деятельности. При этом пространственно-временная последовательность технологических операций определяется поставленной целью<sup>3</sup>.

Технология как совокупность способов и средств осуществления той или иной деятельности для достижения того или иного результата создается не просто с целью упорядоченного и алгоритмичного оперирования чем-либо, но с дополнительной целью применения ее в других сферах<sup>4</sup>. Здесь проявляются одни из основных признаков технологичности: открытость, масштабируемость, тиражируемость.

Но прежде чем говорить о технологичности, необходимо построить системное описание объекта анализа, т.е. ПР-технологии. В первом приближении определим ее как ПР-деятельность, которая может быть описана в качестве ПР-технологии и, следовательно, является открытой, масштабируемой и тиражируемой. Другими словами, такая ПР-деятельность может быть подвергнута системному анализу с целью создания системного описания.

Системные описания являются одним из основных результатов системного исследования, поэтому от безошибочного выбора окончательной формы описания зависит эффективность всего исследования. Точный выбор окончательной формы позволяет также соотносить результаты данного исследования с результатами других исследований того же объекта. Системные описания выполняют те же функции, что и другие прочие описания: объяснительную и предсказательную. Но главная их функция состоит в интеграции информации об объекте.

Системные описания зависят от уровня наших знаний об объекте, целей, ради которых они конструируются, индивидуальных особенностей автора и пользователей. Системное описание можно рассматривать как сложное выска-

---

<sup>3</sup> См.: Подшивалкина В.И. Социальные технологии: проблемы методологии и практики. Кишинев, 1997. С. 15.

<sup>4</sup> См.: Азаров А.В. Методологические аспекты философского анализа социальных технологий. URL: <http://humanities.edu.ru/db/msg/18840>

зывание об объекте, содержательность которого тем выше, чем лучше оно отражает взаимосвязи и упорядоченность компонентов объекта. Достоверность, правдоподобие системного описания повышается, если оно не противоречит подавляющей массе научных фактов, является полным и опирается на регулярную основу. Ценность описания тем выше, чем шире число проблем, которые оно позволяет решать, и чем больше новых задач может быть поставлено, исходя из него<sup>5</sup>.

В данной работе в качестве объекта системного описания выступают ПР-технологии. Само системное описание ПР-технологии представляет собой модель, включающую в себя наименование технологии, ее аналоги, формулу, объект воздействия, способ воздействия, базовые техники и инструменты, результат воздействия, сферу применения, проблемную область и научную базу. Эта модель может быть использована в качестве образца-шаблона при анализе существующих на рынке ПР-услуг предложений. Смысл анализа заключается в том, ч.т.е. возможность посмотреть, как презентуются эти услуги и в какой степени они презентуются как технологичные. Соответствие презентационных материалов, какого-либо предложения и данной модели будет указывать на то, что разработчики и исполнители действительно работают в ПР на современном уровне, слабое соответствие или его отсутствие будет, напротив, свидетельствовать о дотехнологическом уровне разработчиков.

Процедуру подобной оценки мы назвали методической экспертизой, поскольку ее объектом является метод решения определенной задачи, в данном случае ПР-задачи, и, кроме того, оценка осуществляется по принципам формального соответствия идеальной (на основе системного описания ПР-технологии) и реальной (на основе ее презентации) модели той или иной ПР-деятельности.

От собственно научных исследований экспертиза отличается своими задачами: если научные исследования ориентированы прежде всего на получение нового знания, то главный смысл экспертизы состоит в прояснении данной реальности как таковой. По сравнению с мониторингом экспертиза менее технологична, менее ориентирована на нормы и стандарты, а более — на ценности и смыслы. Не сводится экспертиза и к проверке и оценке, хотя ее оценочная

---

<sup>5</sup> Ганзен В. А. Системные описания в психологии. Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1984. С. 3-16.

функция очень важна. Существенно отличается она и от классического эксперимента: последний обязательно предполагает влияние на естественный ход событий и контроль над «основными переменными», экспертные же процедуры, наоборот, стремятся минимизировать вмешательство<sup>6</sup>.

Экспертный метод исследования применяется в тех случаях, когда:

- на основании известных законов невозможно предсказать поведение системы в будущем;
- при невозможности экспериментальной проверки предполагаемого хода процесса;
- при наличии неопределенных факторов, которые не поддаются контролю;
- при наличии многовариантных путей решения проблемы;
- при неполноте информации, на основе которой принимается решение<sup>7</sup>.

Стандартная процедура проведения экспертизы, как правило, предполагает соблюдение ряда этапов, а именно:

- формирование цели экспертизы;
- формирование группы аналитиков для обработки мнений;
- отбор и формирование группы экспертов;
- проведение опроса;
- обработка информации;
- синтез объективной статистической информации и информации, полученной в результате экспертизы, а также приведение ее в удобную для принятия решения форму.

---

<sup>6</sup> См.: Леонтьев Д.А. Краткий отчет по государственному контракту N 483 от 20.04.2004 на выполнение работ по теме: «Введение гуманитарной экспертизы образовательных программ». 20.05.2005. URL: [http://www.ГПР\\_рс.ru/expert/ГПР\\_02.shtml](http://www.ГПР_рс.ru/expert/ГПР_02.shtml)

<sup>7</sup> См.: Позаченюк Е.А. Экспертология // Ученые записки Таврического национального университета. 2001. № 6 (45)

В рамках решаемой нами задачи понимание термина «методическая экспертиза» очень близко следующему: «оценка качества первичного массива данных и надежности измерительных процедур»<sup>8</sup>.

Иными словами, методическая экспертиза представляет собой *вторичный анализ* «существующего массива данных, который предоставляет интерпретации, выводы или знание, дополнительное или отличное от предоставленного в первом отчете по исследованию в целом и его основным результатам»<sup>9</sup>.

Вторичный анализ — это не особый режим аналитических процедур или статистических техник. Первичный и вторичный анализ различаются главным образом тем, что первичный анализ включает как сбор, так и анализ данных, а вторичный анализ требует применения аналитических техник к уже собранным данным. Уровень обобщения во вторичном анализе может быть гораздо выше, чем в первичном исследовании. Вторичный анализ может решить проблемы, для которых требуется усовершенствование гипотез, улучшение измерения; результаты могут быть соединены с другими данными (например, первичного анализа), предоставляя возможность трендового исследования<sup>10</sup>.

При методической экспертизе PR-технологий осуществляется вторичный анализ уже проинтерпретированных (в презентационных материалах) самими разработчиками применяемых ими на практике и предлагаемых на рынок PR-технологий. Эти интерпретации представлены в различного рода документах, позиционирующих эти технологии на рынке PR-услуг.

В нашей работе в качестве подобного массива данных использовалась интерпретация PR-технологий, которую мы видим в формах представления этих технологий специализированными PR-агентствами, а также те формы интерпретации PR-технологий, которые используются в системе профессиональной подготовки и в различного рода тренинговых системах. При сравнении этих интерпретаций с системным описанием PR-технологий (идеальной моделью) оценивалось, насколько системно и полно эти технологии представлены на рынке.

---

<sup>8</sup> Хазеева Н.М. Рейтинг «100 ведущих политиков России»: методическая экспертиза // Социологический форум. 2001. № 1-4.

<sup>9</sup> Там же.

<sup>10</sup> Там же.

Однако, прежде чем переходить к подробному описанию идеальной модели и приводить результаты проведенного с ее помощью пилотного исследования, еще раз остановимся на аргументах, позволяющих рассматривать ПР технологично и системно.

### ПР в системе социальных технологий

В «Энциклопедическом социологическом словаре» социальные технологии определяются как специфическое и стандартное оперативное средство деятельности социолога-практика в сфере управления. Термин «социальная технология» используется в социально-инженерной деятельности и социологической ветви управленческого консультирования. Будучи разновидностью технологии как таковой, «технология социальная» представляет собой способ организации и упорядочения целесообразной практической деятельности, совокупность приемов, направленных на определение или преобразование (изменение состояния) социального объекта, достижение заданного результата. При этом речь идет о специфических, собственно социологических средствах. Специфика технологии в том, что она алгоритмизирует деятельность и поэтому может быть многократно использована, тиражирована для сходных задач, достижения результатов посредством трансляции профессиональной, в данном случае, социологической культуры<sup>11</sup>.

Существуют и другие определения социальных технологий, например:

1. Социальная технология — «это специально организованная область знания о способах и процедурах оптимизации жизнедеятельности человека в условиях нарастающей взаимозависимости, динамики и обновления общественно-политических процессов; способ осуществления деятельности на основе ее рационального расчленения на процедуры и операции с их последующей координацией и синхронизацией и выбором оптимальных средств и методов их выполнения; метод управления социально-политическими процессами, обеспечивающий

---

<sup>11</sup> См.: Энциклопедический социологический словарь / Под общ. ред. Г.В. Осипова. М.: ИСПИРАН, 1995. С. 823-824.

- систему их воспроизводства в определенных параметрах — качества, свойства, объемы, целостность деятельности и т.п.»<sup>12</sup>.
2. Социальная технология — совокупность приемов, методов и воздействий, применяемых для достижения поставленных целей в процессе социального планирования и развития, решения разного рода социальных проблем<sup>13</sup>.
  3. Социальная технология — это алгоритм, процедура осуществления действий в различных областях социальной практики: управлении, образовании, исследовательской работе, художественном творчестве. Социальная технология — это элемент человеческой культуры, возникает эволюционно либо создается искусственно<sup>14</sup>.
  4. Социальные технологии — это умение применять приемы и способы активного воздействия на социальную систему в целом либо на отдельные ее части в условиях нарастающей взаимозависимости, динамики и обновления общественных процессов в целях получения положительного социального результата при наименьших управленческих издержках<sup>15</sup>.

В целом социальные технологии выступают в двух формах: как структурный элемент любой системы, технологически оформленный программный продукт и как деятельность, связанная с реализацией намеченной цели<sup>16</sup>.

В самом широком смысле объектом социальной технологии являются социальное пространство и социальное время, управление которыми и осуществляется в интересах решения определенной задачи.

Тогда ПР -технологию можно трактовать как процедуру, т.е. последовательность действий (операций) приводящих при выполнении определенных условий к заданным изменениям в социальном объекте.

<sup>12</sup> Социальные технологии в системе производства зарубежных стран: Хрестоматия: В 2 т. / Под ред. Г.Д. Никредина, Е.М. Бабасова, Н.И. Бушина и др. Минск — Волгоград, 1993.

<sup>13</sup> Глоссарий.ru URL: [http://www.glossary.ru/cgi-bin/gl\\_find.cgi?ph](http://www.glossary.ru/cgi-bin/gl_find.cgi?ph)

<sup>14</sup> См. Ксенофонта Х.З. Социальные технологии — важное средство развития потенциала управленческого персонала. URL: <http://www.auditorium.ru/v/index.php?a=vconf&c=getForm&r=thesisDesc&CounterThesis>

<sup>15</sup> Там же.

<sup>16</sup> См.: Толковый словарь по социальным технологиям. М., 1994. С. 211.

Социальная технология, таким образом, представляет собой систему процедур и операций использования социальных ресурсов, обеспечивающую решение этой задачи.

Под процедурой в данном контексте понимается определенная последовательность действий (операций), с помощью которой осуществляется управление конкретным социальным ресурсом. Операция — непосредственное действие, путь решения определенной локальной задачи в рамках данной процедуры. Социальный ресурс — любой ресурс, связанный с совместным существованием и совместной деятельностью людей. В качестве таких ресурсов могут выступать: экономические ресурсы (экономический капитал в классическом понимании этого термина); политические ресурсы (ресурсы власти и влияния, связанные с обладанием политическим капиталом); социальные (в узком смысле) ресурсы (социальный, культурный, символический, паблицитный и т.п. капиталы, а также ресурсы социального действия)<sup>17</sup>.

В настоящее время в теории ПР предпринимаются лишь первые попытки дать определение категории «ПР-технология». Многие авторы, как ученые, так и практики, широко применяют данное словосочетание. Однако вопрос о сущности этого понятия, о характеристиках ПР-технологии, о критериях технологизации коммуникативных процессов остается открытым.

Первопроходцами в данной области можно считать отечественных ученых, В.Ф. Кузнецова и Д.П. Гавру.

В. Ф. Кузнецов определяет *технологии связей с общественностью* как «совокупность последовательно применяемых процедур, приемов и способов деятельности по организации связей с общественностью, направленных на наиболее оптимальную и эффективную реализацию целей и задач субъекта управления в определенное время и в определенном месте... Технологии связей с общественностью устанавливаются лишь тогда, когда в процессе достижения цели складывается определенная последовательность операций, фиксирующая очередность применения определенных приемов и средств достижения конкретной цели... Технологии связей с общественностью — это и процесс применения приемов, направленных на достижение конкретной цели, и результат этой деятельности»<sup>18</sup>.

<sup>17</sup> См.: Гавра Д.П. Социально-коммуникативные технологии: сегодня и завтра // ПР диалог. 2003. № 2-3 (март — июнь)

<sup>18</sup> Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: теория и технологии. М., 2005. С. 196.

По мнению В.Ф. Кузнецова, PR-технологии, во-первых, представляют собой форму социальной инженерии, обусловленную свойствами действующего субъекта управления, его знаниями, опытом и настроем, духовными ресурсами и техническими компонентами. Во-вторых, PR-технологии могут также выступать в качестве средства информации, источника побуждения внутренних механизмов регуляции всей системы связей с общественностью и ее отдельных элементов. Т.е., как элемент деятельности субъекта управления, выполняющий определенные функции, технологии связей с общественностью являются одним из механизмов самонастройки и самоорганизации этой области управленческой деятельности. В данном смысле технологии — не просто перечень оптимальных и эффективных действий, но и способ усиления контроля за процессом достижения целей, форма управления этой деятельностью.

Д.П. Гавра рассматривает PR-технологию как особый вид, частный случай социально-коммуникативной технологии, которая, в свою очередь, является частным случаем социальной технологии. *Социально-коммуникативная технология* (СКТ) определяется автором как «опирающаяся на определенный план (программу действий) целенаправленная системно организованная деятельность по управлению коммуникацией социального субъекта, направленная на решение какой-либо социально значимой задачи»<sup>19</sup>.

PR-технологию как частный вариант СКТ Д.П. Гавра определяет следующим образом: «**PR-технология** — это реализуемая средствами PR социально-коммуникативная технология управления внешними и внутренними коммуникациями базисного субъекта PR с его целевыми общественностями»<sup>20</sup>.

Таким образом, **PR-технология** — это реализуемая средствами PR социально-коммуникативная технология управления коммуникациями базисного субъекта PR с его целевыми общественностями, представляющая собой совокупность последовательно применяемых процедур, приемов и способов деятельности, направленных на наиболее оптимальную и эффективную реализацию целей и задач субъекта управления в определенное время и в определенном месте.

Как и в каждой социально-коммуникативной технологии, в широком смысле объектом PR-технологии являются социальное пространство и социальное

<sup>19</sup> Там же. С. 196-197.

<sup>20</sup> Гавра Д.П. Социально-коммуникативные технологии: сегодня и завтра // PR диалог. 2003. № 2-3 (март — июнь)

время, управление которыми осуществляется посредством целенаправленной системно организованной социальной коммуникации.

В узком прикладном смысле объектом ПР-технологии является подсознание, сознание и поведение социальных субъектов (все компоненты в совокупности, их определенная комбинация или каждый отдельно), управление которыми осуществляется через целенаправленную системно организованную социальную коммуникацию.

Понимаемая в широком смысле ПР-технология выступает как единство определенного плана, программы практической деятельности и самой деятельности по реализации этой программы. В узком смысле под ПР-технологией может пониматься либо только программа взаимосвязанных действий (процедур и операций) по использованию социальных коммуникаций для достижения заданного социально значимого результата), либо собственно совокупность действий по реализации данной программы.

Под социально-коммуникативной технологизацией (далее СК-технологизацией) понимается процедура разработки социально-коммуникативной технологии управления социальным процессом (процессами), связанным с решением определенной задачи.

ПР-технологии разрабатываются применительно к любому числу ситуаций. При формировании их параметров, как правило, учитываются не только задачи, но и тип, характеристики управленческой деятельности. Ученые выделяют два основных способа формирования технологий в системе связей с общественностью.

Первый основан преимущественно на субъективном подходе, закладывающем в основу конструирования оптимальной последовательности действий стандарты здравого смысла, практический опыт людей, традиции и стереотипы. Собственно, без таких компонентов практически никогда не дается оценка целей, не определяются пути формирования ресурсов их достижения.

Второй, аналитический способ формирования ПР-технологий предполагает использование специальных методов и процедур, определяющих параметры и условия целедостижения. В данном случае субъект управления получает возможность реальнее оценить ситуацию, осознанно отнестись к категориям «цель» и «условия» деятельности. С содержательной точки зрения аналитический способ формирования ПР-технологий включает оценку и характе-

ристику участников связей с общественностью, их функционально-ролевые и межличностные взаимоотношения, действующие социальные нормы и регламенты деятельности, расстановку сил внутри организаций, специфику окружающей среды, ресурс и потенциал членов организаций. Он представляет собой последовательное применение ряда критериев и измерительных систем, которые в совокупности дают наиболее адекватные представления о структуре и тенденциях развития связей с общественностью и тем самым способствуют оптимизации деятельности субъекта управления по достижению целей. Применение данного подхода предполагает дифференциацию и структурализацию целенаправленной деятельности, выделение ее наиболее важных этапов и фаз, а также параметров и цикличность их осуществления в масштабе реального времени<sup>21</sup>.

## Разработка PR-технологии

PR-технология, как и любая социальная технология, всегда представляет собой определенный воспроизводящийся технологический цикл — конечную последовательность процедур и операций.

При этом разработка PR-технологии имеет несколько этапов:

1. Теоретический этап предусматривает определение цели и задач технологизации, моделирование ее объекта, выявление внутренних связей и закономерностей функционирования.
2. Методический этап связан с разработкой технологической схемы управления объектом, обоснованием и детализацией соответствующих процедур и операций.
3. Процедурный этап связан с организацией практической деятельности по подготовке технологического проекта.

PR-технологии как особому виду социально-коммуникативной технологии присущи характерные признаки и критерии :

---

<sup>21</sup> См.: Кузнецов В.Ф. Указ. соч.

— *искусственность и сознательное управление коммуникационными ресурсами*

ПР-технология всегда предусматривает сознательное управление коммуникационными ресурсами и трансформацию естественного, т.е. стихийно развивающегося, коммуникативного процесса в новую коммуникативную реальность, имеющую управляемый характер. Такая коммуникация уже будет являться продуктом управления и, следовательно, иметь относительно искусственный, т.е. не исключительно спонтанный характер.

— *наличие социально значимой цели, целенаправленность и целесообразность*

Данный признак требует, чтобы в качестве ПР-технологии рассматривался такой управляемый процесс коммуникации, в ходе которого реализуется некоторая социально значимая задача (цель). Она не только осознана субъектом ПР-технологии, но и сформулирована им в явной форме. При этом возможна ситуация, когда этой цели не осознает ни один из непосредственных субъектов коммуникации.

Под социально значимой целью в данном контексте понимается цель, связанная с воздействием на сознание и (или) поведение социальных общностей, в том числе массовых общностей, с изменением социальной структуры; регулированием социальных отношений.

— *социальный характер процесса, подвергающегося СК-технологизации*

Если процесс взаимодействия субъектов не носит социального характера, а реализуется, например, на индивидуально-психологическом уровне, то управление коммуникацией в таком случае может быть связано не с социально-коммуникативной технологией, а с иными технологиями, например индивидуальной или межличностной коммуникацией.

— *системность*

ПР-технология должна представлять собой согласованную систему действий социальных субъектов, т.е. упорядоченную совокупность процедур и операций, имеющих устойчивую структуру и направленную на реализацию определенной цели.

— *планомерность*

ПР-технология — это всегда деятельность, разворачивающаяся в соответствии с предварительно разработанным планом, который в большинстве случа-

ев имеет материальный носитель и подготовлен в соответствии со специально сформулированными процедурами. Нередко под ИТ-технологией понимается именно план соответствующих коммуникативных и обеспечивающих их действий.

— *технологичность (структура, номенклатура и последовательность процедур и операций)*

Совокупность действий субъектов коммуникации по достижению поставленной цели является ИТ-технологией только в том случае, если она будет представлена в виде структурированной технологической цепочки процедур и операций. Данная технологическая цепочка называется технологическим процессом (реже — технологическим рядом) ИТ-технологии. Все ИТ-технологии сходны друг с другом по параметру технологичности, все они представляют структурированные последовательности (системы) процедур и операций. Но при этом каждая отдельная ИТ-технология отличается от всех других составом, структурой и последовательностью соответствующих операций и процедур, т.е. своим технологическим рядом.

— *формальная организация и функциональное разделение труда*

ИТ-технология — это упорядоченная последовательность действий многих людей, сложный многоэтапный процесс, реализуемый, как правило, организованной группой исполнителей. Как любая сложная системная управленческая деятельность, осуществляемая в соответствии с планом некоторой группой людей, ИТ-технология требует определенной формальной организации с закреплением тех или иных функций по разработке и реализации элементов проекта технологии за отдельными исполнителями.

— *оптимизация и обратная связь*

Каждая ИТ-технология разрабатывается и реализуется с учетом критерия оптимальности. Возможны различные оптимизационные критерии. Одни технологии нацелены на получение заданного результата при наиболее эффективном (минимальном) использовании ресурсов (как правило, материальных, финансовых и, как функция последних, кадровых). Назовем их ресурсно оптимизированные ИТ-технологии. Другие технологии исходят из необходимости получения максимального эффекта при заданных ресурсах. Это ИТ-технологии, оптимизированные по эффекту. Третьи — нацеливают на получение требуемого эффекта при заданных ресурсах в кратчайшие сроки. Это — темпорально

оптимизированные ПР-технологии. Любая ПР-технология представляет один из перечисленных видов или их комбинацию.

Критерий оптимизации очевидно подразумевает обратную связь и оценку эффективности ПР-технологии.

— *дискретность, наличие начала и конца*

ПР-технология — это социальная технология решения конкретной задачи конкретного социального субъекта, что означает ее дискретность и конечность. Когда возникает соответствующая потребность, ПР-технология разрабатывается и запускается в практику. Если технология разработана и реализована правильно, то ее использование приводит к решению поставленной задачи. Решение задачи есть конечная точка функционирования ПР-технологии. После этой точки действие технологии прекращается, поскольку потребность в ней отпадает.

— *креативность и стандартизация*

ПР-технология представляет собой своеобразный симбиоз нестандартных и унифицированных компонентов.

С одной стороны, стандартизация — необходимый атрибут любой технологии, и в частности ПР-технологии. Это вытекает из таких ее характеристик, как технологичность, системность, формальная организация. Чем в большей степени стандартизована социальная технология, тем удобнее ее тиражировать, тем проще ее использовать технологам, не обладающим высокой квалификацией разработавших ее авторов. Таким образом, вне стандартизации ПР-технология невозможна.

С другой стороны, в силу специфики объекта технологизации — коммуникативных систем социальных субъектов — СКТ предполагают наличие творческого креативного компонента. Ни одна из современных технологий — ни журналистика, ни ПР, ни кризисные коммуникации, ни избирательные технологии — невозможна без креативной составляющей. Она присутствует на всех этапах жизненного цикла СКТ — при разработке, первичной реализации, вторичных реализациях (тиражировании). На этапе разработки любой коммуникативной кампании (СКТ в качестве необходимого компонента всегда имеет коммуникативную кампанию в тех или иных формах и объемах) креатив необходим. На этапе реализации требуется творческая адаптация разработанного плана и перечня структур, процедур и операций к специфике социальной

динамики разворачивающейся ситуации. Буквальное следование подготовленному плану без учета меняющегося ситуативного фона не менее опасно, чем интуитивная коммуникативная кампания, осуществляемая бессистемно. При тиражировании творческий компонент тем более необходим, поскольку он обеспечивает адаптацию стандартизированной и потенциально эффективной технологии к особенностям нового объекта в новой ситуации.

— *цикличность и возможность тиражирования*

ПР-технология имеет свой внутренний цикл, заданную последовательность этапов. Наличие этого цикла вытекает из ряда рассмотренных выше признаков и критериев ПР-технологии — системности, технологичности, дискретности и т.п.

ПР-технология обладает способностью к тиражированию, воспроизводству применительно к подобным задачам, но в иных условиях. Тиражирование при этом должно осуществляться на основании творческого подхода с учетом специфики новой задачи.

Рассмотренные признаки и критерии позволяют отделить ПР-технологии от подобных им феноменов иной природы<sup>22</sup>.

Разработка и применение ПР-технологий, по сути, представляют собой процессы постепенной рационализации и оптимизации целенаправленной деятельности субъекта управления в рамках выполнения им определенных задач. В конечном счете они расширяют возможности субъекта управления в плане контроля и управления той или иной областью социальных изменений. Процесс формирования и функционирования ПР-технологий можно рассматривать со структурной, пространственно-временной и процессуальной точек зрения.

Первое предполагает выявление знаний о проблеме, поиск оптимальных схем ее решения и технического обеспечения.

Второе выражает необходимость согласования применяемых средств с конкретными условиями места и времени, в которых решается данная социальная проблема.

Третье раскрывает значение и условия формирования отдельных параметров достижения целей, когда логика действий по формированию ПР-

---

<sup>22</sup> См. Гавра Д.П. Указ. соч.

технологий выстраивается вокруг цепочки: анализ — диагностирование и оценка ситуации — прогнозно-проектные операции — выработка целей — определение последовательности действий — формулировка рекомендаций<sup>23</sup>.

ПР-технология, таким образом, это объект реальности, наделенный определенными «системными» свойствами, целостностью, организованной сложностью, составленностью из элементов, связями между элементами, правилами формирования связей между ними и т.п. «Любые системы состоят из исходных единиц — компонентов. В качестве компонентов системы могут рассматриваться объекты, свойства, связи, отношения, состояния, фазы функционирования, стадии развития. В рамках данной системы и на данном уровне абстракции компоненты представляются как неделимые, целостные и различимые единицы»<sup>24</sup>.

Важнейшим системным свойством, по которому и можно выяснить, система ли перед нами, или набор артефактов, это — детерминированность свойств элементов системы свойствами системы, а не наоборот, т.е. появление в системе нового качества, которое изначально не содержится в элементах, а напротив, передается им после формирования системы.

В нашем случае, если планируемое ПР-мероприятие системно, то в результате его осуществления произойдут изменения свойств всех входящих в него элементов, например имиджей участников, причем эти изменения будут определяться его результатом.

При работе с понятием *система* необходимо учитывать теснейшую взаимосвязь ее с понятиями целостности, структуры, связи, элемента, отношения, подсистемы и др. Поскольку понятие системы имеет чрезвычайно широкую область применения (практически каждый объект может быть рассмотрен как система), постольку его достаточно полное понимание предполагает построение семейства соответствующих определений — как содержательных, так и формальных. Лишь в рамках такого семейства определений удастся выразить основные системные принципы:

- *целостности* (принципиальная несводимость свойств системы к сумме свойств составляющих ее элементов и невыводимость из последних

<sup>23</sup> См.: Кузнецов В.Ф. Указ. соч. С. 197-198

<sup>24</sup> Тюхин В.С. Отражение, система, кибернетика: Теория отражения в свете кибернетики и системного подхода. М., 1972. С. 256.

свойств целого; зависимость каждого элемента, свойства и отношения системы от его места, функций и т. д. внутри целого);

- *структурности* (возможность описания системы через установление ее структуры, т. е. сети связей и отношений системы.; обусловленность поведения системы поведением ее отдельных элементов и свойствами ее структуры);
- *взаимозависимости системы и среды* (система формирует и проявляет свои свойства в процессе взаимодействия со средой, являясь при этом ведущим активным компонентом взаимодействия);
- *иерархичности* (каждый компонент системы, в свою очередь, может рассматриваться как система, а исследуемая в данном случае система представляет собой один из компонентов более широкой системы);
- *множественности описания каждой системы* (в силу принципиальной сложности каждой системы ее адекватное познание требует построения множества различных моделей, каждая из которых описывает лишь определенный аспект системы) и др.<sup>25</sup>.

Каждая часть системы обладает свойствами, которые она теряет в случае отделения от системы, и каждая система обладает свойствами, которыми не обладает ни одна из ее частей. Поведение каждого элемента системы воздействует на поведение ее частей. Поведение элементов и их воздействия на целое взаимозависимы. Какие бы подгруппы элементов не образовывались, каждый элемент воздействует на поведение целого, и ни один из них не воздействует на них самостоятельно<sup>26</sup>.

Множество элементов, из которых образована система, называется ее составом. Множество можно разбивать на подмножества и на элементы — соответственно различают макросостав и микросостав.

*Структурой* системы называется постоянная часть отношений, характерных для компонентов системы. Отношения определяют ограничения на сочетания элементов различных множеств или одного и того же множества. Объектам

<sup>25</sup> Большая советская энциклопедия / Гл. ред. А.М. Прохоров. 3-е изд. М.: Сов. энцикл., 1969-1978. Т. 1-30. URL: <http://slovari.yandex.ru/art.xml?art=bse>

<sup>26</sup> Акофф Р. Акофф о менеджменте (теория систем, бюрократия, коррупция, образование). Спб.: Питер, 2002. С. 26-27.

множества могут быть свойственны отношения различных видов, следовательно, в одной системе может быть несколько структур. Любая система существует в некоторой среде.

Соответствие между средой и системой называется *функцией* системы. Система может выполнять одну или несколько функций. Постоянные суммарные характеристики состава и отношений между компонентами системы называются ее *свойствами*<sup>27</sup>.

Порядок в расположении частей проявляется в процессе публичных отношений и в форме организации этого процесса. Связи с общественностью вписываются в систему любой организации как важная составная часть и как одна из важнейших функций этой организации.

В современных условиях не только управление людьми, но и управление финансовыми потоками, производственными процессами, торговлей, рисками и т.п. в любых других сферах человеческой деятельности рассматривается не через специфику этой деятельности или отрасли, а именно как профессиональный менеджмент, который подчиняется общим законам, реализует общие для процессов управления методики и принципы и в конечном счете, представляет собой систему, форму организации деятельности. В этом смысле публичные отношения — как управление коммуникациями между организацией и ее общественностью — подчиняется тем же законам и реализует методики, разработанные теориями управления.

Как система ПР-деятельность рассматривается и в различных концепциях, объясняющих сам ПР-процесс. В литературе по публичным отношениям часто упоминается так называемая «бихевиоральная (поведенческая) молекула» Ричарда Картера. Эта молекула состоит из нескольких «атомов», каждый из которых обозначает определенное действие. «Молекула» представляет собой необходимую последовательность этих «атомов»: «detect — construct — define — select — confirm — behave — detect» и описывает процесс определения проблемы, принятия решения и его реализации. Эта схема широко используется в теории управления, но она также подходит для деятельности ПР-специалиста, который вынужден постоянно сталкиваться с различными проблемами, находить оптимальные решения и предпринимать эффективные действия. Кроме

---

<sup>27</sup> См.: Ганзен В. А. Системные описания в психологии. Л., 1984. С. 6.

того, если рассматривать связи с общественностью именно как управление коммуникациями, то во многом деятельность специалиста будет подчиняться закономерностям, разработанным теориями управления. Таким образом, «молекула» показывает, какой должна быть последовательность действий ПР-специалиста в решении конкретной проблемы:

1. Нахождение, идентификация проблемы.
2. Разработка различных вариантов решения этой проблемы, выбор цели.
3. Определение альтернатив, разработка плана действий для каждой из них.
4. Выбор лучшего решения (с использованием доступных критериев).
5. Подтверждение выбора.
6. Реализация выбранного решения.
7. Определение результатов, оценка достижения поставленных целей, идентификация новых проблем<sup>28</sup>.

С. Катлип, А. Сентер, Г. Брум представили деятельность ПР-специалиста как «четырёхэтапный процесс»:

1. Ситуационный анализ — определение проблем ПР.
2. Стратегия — планирование и программирование.
3. Реализация — принятие мер и осуществление коммуникаций.
4. Оценивание — оценка программы<sup>29</sup>.

Еще одна концепция, рассматривающая ПР как систему, связана с распределением ролей ПР-специалистов в производственном процессе. Это концепция «четырех ролей» Брума-Дазьера. Несмотря на то, что каждый ПР-специалист исполняет самые различные роли в своей повседневной деятельности, существуют доминирующие роли, которые он выполняет, и которые определяют уровень его профессионализма. Таких доминирующих ролей четыре:

1. *Технический работник коммуникации* (communication technician) занимается в основном производством коммуникационных материалов — ньюслеттеров, пресс-релизов, листовок, брошюр, видеорелизов, пресс-

<sup>28</sup> См.: Пономарев С.В. Указ. соч.

<sup>29</sup> См.: Катлип С., Сентер А., Брум Г. Паблик рилейшенз. Теория и практика. М., 2001. С. 377-380.

клиппов и т.д., является исполнителем программ, не имеющим доступа к принятию решений на программном уровне.

2. «*Эксперт-предсказатель*» (expert PRescriber) в отличие от технического работника имеет авторитет в вопросах определения стратегии и тактики коммуникации, выступает в качестве эксперта при оценке и принятии конкретных решений в области ПР, однако не располагает «управленческим ресурсом» и полномочиями для самостоятельного принятия подобных решений.
3. *Коммуникационный фасилитатор* (communication facilitator) выполняет роль посредника между организацией и общественностью. Его основная задача — облегчать диалог и в точности передавать послания в обе стороны.
4. *Фасилитатор процесса разрешения проблем* (PRoblem-solving PRocess facilitator) участвует в руководстве командой профессионалов, определяет проблемы организации, отвечает за стратегическое планирование и программирование, нацеленное на изменение ситуации к лучшему.

Дж. Грюниг добавляет к этому еще две дополнительные роли, которые нередко выступают как самостоятельные направления работы в ПР: роль посредника в отношениях со СМИ и роль публичного представителя, спикера организации. Рольевые функции специалистов, свидетельствующие о системности ПР, часто используются как основа для проведения исследований в сфере паблик рилейнз, от исследования уровня зарплат, положения женщин и меньшинств, до исследования проблем стратегического планирования<sup>30</sup>.

Как уже говорилось, любая ПР-технология — это сложная система. Следовательно, к анализу ПР-технологий можно подойти с точки зрения системного подхода, т.е. построить обобщенное системное описание, отражающее состав, структуру, функции и другие системные характеристики ПР-технологий.

Системное описание ПР-технологии должно состоять из ряда элементов. Прежде всего должен быть идентификатор технологии, рассматриваемой как система, т.е. у технологии должно быть название. Эта технология может иметь аналоги, т.е. другие названия. Кроме того, у технологии должна быть некая фор-

---

<sup>30</sup> См.: Пономарев С.В. Указ. соч.

мула, в которой в краткой форме отражается ее сущность. Также должны быть определены объект, способ и результат воздействия технологии, базовые техники и инструменты. ПР-технология, как и любая другая система, имеет внешнюю среду. Следовательно, в описании должна быть указана сфера ее применения. Также необходимо указать, для решения каких задач применяется технология, т.е. определить проблемную область технологии. Учитывая, что ПР-технологии являются продуктом знания, имеет смысл выявить ее научную базу.

Таким образом, модель системного описания ПР-технологии может иметь следующую структуру:

1	<b>Наименование</b>	Идентификатор системы (технологии).
	<i>Как называется?</i>	
2	<b>Аналоги</b>	Связи с другими технологиями, рассматриваемыми в качестве объектов систем в системе связей с общественностью в целом.
	<i>На что похоже?</i>	
3	<b>Формула технологии</b>	Правило взаимодействия всех элементов системы (технологии).
	<i>Что это?</i>	
4	<b>Объект воздействия</b>	Элемент, определяющий целевую функцию системы.
	<i>С кем работаем?</i>	
5	<b>Способ воздействия</b>	Элемент системы, являющийся обобщенным описанием методов, используемых в данной технологии.
	<i>Как работаем?</i>	
6	<b>Базовые техники и инструменты</b>	Элемент системы, описывающий характеристики методов и приемов, т.е. техник, используемых в данной технологии, которые, в свою очередь, могут быть рассмотрены как отдельные ПР-технологии.
	<i>С помощью чего работаем?</i>	
7	<b>Результат воздействия</b>	Элемент системы, представляющий собой описание ожидаемых изменений в объекте воздействия.
	<i>Что ожидаем?</i>	

8	<b>Сфера применения</b>	Внешняя среда системы, представляющая собой перечень деятельностных сфер, в которых технология используется.
	<i>Где работаем?</i>	
9	<b>Проблемная область</b>	Перечень задач, для которых использование технологии эффективно.
	<i>Какие задачи решаем?</i>	
10	<b>Научная база</b>	Эпистемологический (знаниевый) компонент системы, определяющий место технологии в системе знаний.
	<i>Что для этого нужно знать?</i>	

Вышеописанная матрица и легла в основу проведенного в 2006 году пилотного исследования, результаты которого в обобщенном виде приведены ниже.

#### *Результаты пилотного исследования*

В рамках пилотной апробации метода был осуществлен анализ двух доступных массивов данных. Во-первых, анализировались предложения рынка образовательных услуг, т.е. курсов повышения квалификации, тренингов и семинаров, в которых присутствовал элемент ПР, а также сайты известных ПР-агентств.

В итоге было рассмотрено 142 предложения учебных мероприятий, в программу которых входит обучение каким-либо ПР-технологиям. В свою очередь, они были подразделены на 12 групп. Полученные данные представлены в таблице 1.

Следует отметить, что разделение на группы весьма условно, так как один и тот же тренинг можно отнести к нескольким группам. Так, например, семинар «Маркетинг бренда — прибыль с названия» можно отнести к маркетингу, брендингу, ПР. В данном исследовании этот тренинг включен в группу «брендинг», так как программа курса хоть и содержит элементы ПР и маркетинга, все же более ориентирована на специфику создания и позиционирования бренда, а уж затем на его внедрение на рынок.

Таблица 1.

№ п/п	Группы	Кол-во (шт.)	Кол-во (%)
1.	Маркетинг	18	13
2.	Менеджмент	27	19
3.	CRM-технологии	4	3
4.	Оптовые продажи	8	6
5.	Розничные продажи	31	21
6.	Human Resources	17	12
7.	Деловое общение и этикет	16	11
8.	ГПР	2	1
9.	Реклама	4	3
10.	Брендинг	8	6
11.	Специальные мероприятия	3	2
12.	Интернет-технологии	4	3

Наиболее популярными в настоящее время оказались тренинги, формирующие навыки в области розничных продаж (21%). Второе место принадлежит тренингам по менеджменту (19%). Далее в порядке убывания идут маркетинг (13%); Human Resources (12%); деловое общение и этикет (11%); оптовые продажи и брендинг (6%); CRM-технологии, реклама и интернет-технологии (3%), специальные мероприятия (2%) и ГПР (1%).

Среди общего списка тренингов можно выделить некоторые, целиком посвященные изучению какой либо ГПР-технологии, например рекламе («Рекламная кампания: цельтесь точно!», «Коммерческая реклама: оптимизация и психологические методы оценки»), корпоративному ГПР («Корпоративный досуг: Организация корпоративных праздников», «Постановка системы мотивации в компании»), презентациям («Искусство презентаций и публичных выступлений», «Успешная презентация на публике и тет-а-тет»), имиджу («Индивидуальный стиль деловой женщины», «Успешный имидж, этика и деловой этикет секретаря, помощника руководителя»), мерчендайзингу («Мерчендайзинг и инструменты стимулирования продаж в магазинах», «Новый

мерчандайзинг — еще больше прибыли»), ВТЛ («Эффективное использование ВТЛ-инструментов для продвижения товара в розницу»), выставкам («Как получить максимальную отдачу от выставки»), интернет-технологиям («Сайт, который привлекает клиентов», «Практический курс для интернет-маркетолога»), брендингу («Практический брендинг: создание и технологии», «Архитектура брендов в торговом зале и Private Label»), специальным мероприятиям («Проведение специальных мероприятий»), бенчмаркингу («Бенчмаркинг. Конкурентная разведка, российский опыт») и т.д.

В программах всех тренингов присутствует объект. В ряде случаев объект был представлен:

*клиентами:* («Эффективная работа с клиентом», «Установление долгосрочных отношений с клиентами. CRM технологии», «Методики развития, привлечения и удержания клиентов»);

*собственным персоналом* («Управление персоналом», «Служба персонала, подбор кадров, мотивация», «Построение эффективной системы обучения персонала»);

*конкурентами* («Бенчмаркинг. Конкурентная разведка, российский опыт», «Основы конкурентной разведки через Интернет»), дилерами («Создание дилерской сети», «Управление ассортиментом. Развитие дилерской сети», «Постановка и развитие филиальной сети»), дистрибуторами («Эффективная система дистрибуции», «Дистрибуция брендованной продукции», «Дистрибуция. Формирование и оптимизация каналов сбыта») и др.

Обобщенная характеристика степени соответствия презентаций программ и идеальной модели выглядит следующим образом:

1. Наименование технологии — присутствует в программах большинства тренингов.
2. Аналоги — практически нигде не называются.
3. Формула технологии (понимаемая, как изложение сущности технологии в краткой форме) — не указывается.
4. Объект воздействия — присутствует в программах всех тренингов.
5. Способ воздействия — называется в большинстве случаев.

6. Базовые техники и инструменты — указываются в большинстве случаев, так как составляют содержание программы обучения.
7. Результат воздействия — в подавляющем большинстве тренингов не указан.
8. Сфера применения — чаще не называется.
9. Проблемная область — как правило, в программах можно выявить две-три задачи, для решения которых применяется данная технология.
10. Научная база — нигде не указывается.

Таким образом, можно констатировать, что в большинстве случаев ориентация на технологичность ПР в учебных программах выражена только на 50 процентов. Кроме того, в большинстве тренинговых программ можно выделить не более пяти элементов данной модели. Как правило, это — наименование технологии, объект воздействия, способ воздействия, базовые техники и инструменты, проблемная область. В ходе анализа сайтов ПР-агентств было просмотрено 40 сайтов ПР-агентств.

Безусловным лидером по полноте описания ПР-технологий можно считать сайт ЗАО «Международный пресс-клуб. Чумиков, ПР и консалтинг»<sup>31</sup>. Это ПР-агентство входит в десятку наиболее известных и профессиональных ПР-агентств России и по категории «бизнес ПР», и по категории «политический ПР». Основной профиль работы МПК — стратегический консалтинг, аналитические разработки, креативные решения, технологии работы со СМИ и информацией, франчайзинг информационных структур и моделей, организация и ПР-сопровождение специальных событий и др.

В число клиентов МПК входят: Министерство РФ по делам печати, радиовещания и средств массовых коммуникаций, Министерство внутренних дел РФ, Международная финансовая корпорация (IFC), Глобальный экологический фонд, Всемирный фонд дикой природы (WWF), Горбачев-фонд, ОАО «Центр международной торговли», Торгово-промышленная палата РФ, нефтяная компания «Лукойл», Ассоциация российских банков, Центральный банк России, Внешторгбанк, компания «Дикая орхидея», сеть магазинов «Седьмой континент», Федерация дзюдо России, администрации 17 регионов РФ и др.

---

<sup>31</sup> Международный Пресс-Клуб. International PR ess Club. URL: <http://IPR-club.com>

Сайт МПК ориентирован прежде всего на профессиональное сообщество, а уже потом на клиентов. На сайте имеется достаточно популярная в студенческих и профессиональных кругах ПР-библиотека, содержащая в себе статьи по различным направлениям связей с общественностью как теоретического, так и практического плана. Перечислить все технологии, описываемые в статьях, не представляется возможным. Можно назвать лишь некоторые из них, например, брендинг, выставка, презентация, спонсоринг, фандрайзинг, имидж, фирменный стиль, Product placement, пресс-релиз, пресс-kit, промоушн, специальные мероприятия и мн. др.

Также следует выделить сайт Группы компаний «ПР-технологии»<sup>32</sup>. Эта Группа существует с 1997 года и имеет весьма широкий круг деятельности (аналитика, организация внутрикорпоративных мероприятий, размещение рекламы в СМИ, организация специальных мероприятий, проведение исследований и ПР-кампаний в Интернете, спонсорские программы, организация взаимодействия с властными структурами и др.). Данной Группой было реализовано более 500 проектов. В число ее клиентов входят широко известные компании (Авиакомпания «ТрансАэро», «American Express Russia», «Росгосстрах», «Макдоналдс» и др.), банки (Сберегательный банк РФ, «Банк Москвы», ОАО «Банк Санкт-Петербурга» и др.), сети магазинов («ИКЕА», «Перекресток» и др.), государственные учреждения (Пенсионный фонд РФ, Администрация Президента РФ и др.) и др.

На сайте «ПР-технологий» имеется подборка статей по различным технологиям, в которых раскрывается их содержание, их содержание технологий раскрывается и при описании предоставляемых услуг. Достаточно подробно описаны такие технологии, как спонсорство, брендинг, лоббизм, черный ПР, внутренний ПР, BTL-приемы, создание имиджа, реклама и др.

Что касается соответствия форм представления описываемых на сайте ПР-технологий модели системного описания, то можно сказать, что, в целом, представленные форматы соответствуют модели примерно на 70 процентов. Такой высокий уровень соответствия достигается за счет уже упоминавшихся статей. При позиционировании всех ПР-технологий указывается наименование, объект воздействия, базовые техники и инструменты, сфера применения, проблем-

---

<sup>32</sup> ПР-технологии — Группа Компаний. URL: <http://www.ПР.ПРтех.ru>

ная область. Остальные элементы модели могут присутствовать при описании одной технологии и не присутствовать при описании другой.

Еще один сайт, на котором достаточно подробно описываются PR-технологии, принадлежит Коммуникационному агентству «R. A. C. E.»<sup>33</sup>. Это агентство, основанное в 2005 году, специализируется на организации специальных мероприятий, внутрикорпоративном PR, проведении PR-кампаний в интернете, Media Relations, оказывает услуги по построению имиджа и репутации компаний и персон в сфере бизнеса, формированию и укреплению брендов, продвижению товаров и услуг.

На сайте «R. A. C. E.» довольно подробно описаны такие технологии, как конференция, семинар, выставка, презентация, промоакция, развлекательные мероприятия, информационный повод, пресс-конференция, брифинг, пресс-тур, журналистский пул, интервью, пресс-релиз, информационное спонсорство, имидж компании, имидж руководителя, корпоративные издания, корпоративные мероприятия, фирменный стиль, реклама (на ТВ, на радио, на транспорте, в газетах, в журналах, в метро, наружная) и др.

В описании перечисленных PR-технологий, как правило присутствует формула технологии, объект воздействия, способ воздействия, базовые техники и инструменты, сфера применения, проблемная область, в ряде случаев результат воздействия, способ воздействия и аналоги технологии. Таким образом, не описывается только научная база, а все остальные элементы модели в той или иной степени присутствуют.

Достаточно подробно описаны PR-технологии на сайте такого известного поставщика PR-услуг, как Центр коммуникативных технологий «ПРОПАГАНДА»<sup>34</sup>.

ЦКТ «ПР ОПАГАНДА», созданный 1998 году, специализируется в области корпоративных коммуникаций и политического консалтинга. Начиная с 1999 года «ПР ОПАГАНДА» входит в десятку лучших компаний, работающих на рынке коммуникаций и связей с общественностью. Клиентами ЦКТ являются BMW, Coca-Cola, Panasonic, БиЛайн, ОАО «Кристалл», «Русский алюминий», «Австрия Табак Интернэшнл», Министерство труда и социаль-

<sup>33</sup> PR-технологии — Группа Компаний. URL: <http://www.PR.PR.tex.ru>

<sup>34</sup> ПР ОПАГАНДА — Центр Коммуникативных Технологий. URL: <http://www.PR.opaganda.ru>

ного развития РФ, Министерство финансов РФ, Московский международный фестиваль рекламы, Внешторгбанк, Гута Банк и др. Всего Центром было реализовано более 200 ПР-проектов.

На сайте ЦКТ, ориентированном как на клиентов, так и на профессиональное сообщество, имеется библиотека, содержащая подборку статей по ряду направлений. Описание таких технологий, как — персональный политический имидж, имидж региона, референдум, избирательные технологии, репутация, корпоративная идентичность, внутрикорпоративный ПР, специальные мероприятия и др. — раскрывается достаточно полно. Указывается наименование, формула технологии, объект и способ воздействия, техники, проблемная область, сфера применения, в ряде случаев результат воздействия.

Еще один сайт, показавший достаточно высокий уровень технологичности, принадлежит агентству «Обратная связь»<sup>35</sup>, работающему на российском ПР-рынке с 1997 года. За это время сотрудниками агентства было реализовано более 300 политических и коммерческих кампаний. Например, выборы губернатора Республики Карелия (2002 г.), выборы в Московскую городскую Думу (1997, 1999, 2001), выборы в Верховную Раду Украины (1998), выборы губернатора Тверской области и др., а также маркетинговые кампании сети магазинов «Три толстяка», строительного холдинга «Конкор», обувной компании «Камелот» и др. В число клиентов агентства входят «Независимая газета», Союз благотворительных организаций России, правительство Москвы, Музей архитектуры, Госкомстат России, Межрегиональное агентство экономической безопасности, корпорация «Витамакс» и др.

На сайте «Обратной связи» достаточно подробно описываются такие технологии, как брендинг, фокус-группа, промоушн, реклама, метод Mystery Shoppers и др. В описании присутствует наименование технологии, техники, объект воздействия, проблемная область, формула технологии и сфера применения для некоторых технологий.

Описание ПР-технологий присутствует и на сайте коммуникационной Группы INSIDERS<sup>36</sup>. Созданная в 2001 году, она представляет собой ПР-агентство полного цикла, предлагающее весь спектр коммуникационных

---

<sup>35</sup> Обратная Связь — Агентство по Связям с Общественностью. URL: <http://www.osPP.ru>

<sup>36</sup> INSIDERS — Коммуникационная Группа. URL: <http://www.insiders.ru>

услуг — от разработки стратегии кампании до ее реализации через СМИ, рекламные носители и различного рода акции, включая инструменты лоббизма. В число ее клиентов входит сеть магазинов для будущих мам и малышей «Mothercare», компания «Nemiroff», «TCL & ALCATEL Mobile Phones Ltd.», ОАО «Московская городская телефонная Сеть», Открытое страховое акционерное общество «Россия», ОАО «ВИП-БАНК», ОАО «Международный аэропорт Шереметьево», ОАО «Мобильные телесистемы», ООО «Спортивный телеканал 7 ТВ» и др.

На сайте INSIDERS описаны такие технологии, как спонсорство, пресс-мероприятия, промо-мероприятия, лоббизм, имиджмейкинг, корпоративный ПР, репутация и др. Описание технологий включает в себя наименование, проблемную область, ряд техник и сферу применения для некоторых технологий.

На сайте Группы компаний «Революция»<sup>37</sup> достаточно подробно раскрывается содержание ВТЛ, АТЛ и имиджевой рекламы. Помимо техник указывается формула технологии, ее аналоги, проблемная область, способ воздействия, объект воздействия и результат воздействия.

Описание ПР-технологий имеет место на сайте Агентства Массовых Коммуникаций (АМК)<sup>38</sup>. Это агентство, основанное в 1993 году, специализируется на оказании рекламных и ПР-услуг банкам и инвестиционным компаниям. В число его клиентов входят Центральный банк РФ, Внешторгбанк, Сбербанк России, Альфа-банк, МДМ-банк, Ингосстрах, Росгосстрах и др.

На сайте АМК представлены следующие технологии: пресс-пул, пресс-релиз, ПР-тексты, пресс-конференция, «круглый стол», пресс-тур, презентация и др. Описание технологий носит рекламный характер, их содержание раскрывается достаточно скупо, т.е. указывается наименование технологии и ряд техник.

На сайте агентства «Медиа-Шторм»<sup>39</sup>, оказывающего услуги в области маркетинга, рекламы и ПР, представлены такие ПР-технологии, как POS материалы, реклама, выставка, креативные технологии, интернет-реклама и др. Так же как и на сайте АМК содержание технологий практически не раскрывается,

<sup>37</sup> Революция. URL: <http://www.revolution-group.ru>

<sup>38</sup> АМК — Агентство Массовых Коммуникаций. URL: <http://www.mca.ru>

<sup>39</sup> Медиа — Шторм. URL: <http://www.media-storm.ru>

указывается наименование технологии, ряд техник, для некоторых технологий проблемная область.

В целом же на большинстве сайтов ПР-агентств описание технологий оказалось весьма поверхностным. Оказываемые услуги, как правило, презентуются по направлениям, а не по технологиям (например, маркетинговые коммуникации, корпоративные коммуникации, отношения со средствами массовой информации и т.п.). Технологии же просто перечисляются в рамках направления, часто в обобщенном виде (например, организация внутрикорпоративных мероприятий, исследовательские работы, информационное сопровождение и т.п.).

Анализ рынка образовательных услуг в сфере ПР и презентационных материалов ПР-агентств показал — ПР-индустрия в России находится на дотехнологическом этапе своего развития. Это необходимо учитывать при планировании бизнес-процессов, связанных с ПР. Впрочем, дотехнологичность имеет и свои положительные стороны: больше степеней свободы для развития, больше возможных траекторий роста, больше неожиданных и креативных решений.

## Транспрофессионализм связей с общественностью

Профессионализация ПР-деятельности осуществляется на фоне становления информационного, или, по М. Кастельсу информационного общества (informational society). Этот термин в его трактовке указывает на атрибут особой формы социальной организации, в которой создание информации, ее обработка и передача становятся фундаментальными источниками производительности и власти. Ядром такой формы коммуникационной организации общества является не информация, а «сетевая логика его базисной структуры»<sup>1</sup>. Она придает распространяемой информации особые функции, системно преобразующие все основные сферы жизнедеятельности людей — от экономики и политики до образования и культуры. М.Кастельс говорит о «плюралистической перспективе, которая объединяет культурную идентичность, глобальное переплетение сетей и многомерную политику с широким кругом интересов»<sup>2</sup>. Только с помощью такой перспективы и можно, по его мнению, применить правильную методологию и объяснить особенности мультикультурного, взаимозависимого мира.

---

<sup>1</sup> Castells M. The Information Age: Economy, Society and Culture. Vol. I. The Rise of the Network Society. Blackwell Publishers. Maiden, Massachusetts, USA. Oxford, UK, 1996. P.58-69.

<sup>2</sup> Цит. по: Землянова Л.М. Сетевое общество, информационализм и виртуальная культура // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. 1999. № 2.

Здесь сталкиваются два, на первый взгляд, противоположных процесса: нивелирующая глобализация и идентифицирующая глокализация, что теоретически способно сгладить и негатив глобализации, и герметичность глокализации.

В Экономико-математическом энциклопедическом словаре дано следующее определение информационного общества: «Информационное общество: глобальный экономико-политический, антропосоциальный и технологический *проект*, предполагающий управляемый цивилизационный переход к мировому общественному устройству, при котором доминирующую роль во всех областях жизни будет играть система массовых коммуникаций (СМК), реализованная с помощью компьютерных телекоммуникационных технологий, в частности технологий интернета»<sup>3</sup>.

Проектный характер информационного общества передает проектные качества и новым институтированным в нем профессиональным средам, в том числе и такой, как связи с общественностью.

Действительно:

- глобализация информации способствует глобализации управления коммуникациями при усиливающейся транспарентности государств и экономик;
- фильтрация информации деструктурирует фильтрующие структуры, тем самым между свободой распространения информации и ее мощностью, количеством и качеством возникает положительная обратная связь;
- ПР получает в свое распоряжение новые информационно-коммуникативные технологии;
- увеличивается воздействие коммуникативных технологий на развитие различных сфер человеческой деятельности;
- происходит переход к новым формам занятости, т.е. возникают новые профессии, расширяются поля коммуникативных практик и увеличивается число людей, занятых в этих сферах деятельности;
- национальные информационные ресурсы становятся самым существенным потенциальным источником благосостояния, что стимули-

---

<sup>3</sup> Калмыков А.А. Информационное общество // Экономико-математический энциклопедический словарь / Гл. ред. В.И. Данилов-Давыдычев. М.: Большая Российская энциклопедия: Издательский Дом «ИНФРА-М», 2003. С. 180-182

рует развитие национальной информационно-коммуникативной экономики и вовлекает профессиональные коммуникативные практики в третью глобальную профессиональную революцию<sup>4</sup>.

Третья профессиональная революция порождает появление профессионалов нового типа «транспрофессионалов», одной из отличительных особенностей которых является способность к эффективной совместно-творческой деятельности.

П. Малиновский определяет базовые транспрофессиональные компетенции следующим образом:

- узкая специализация в какой-то профессии;
- способность к межпрофессиональной коммуникации;
- способность к трансдисциплинарному синтезу знаний;
- ориентация на сочетание фундаментальных исследований с практическим решением проблем;
- навыки командной работы;
- постоянное саморазвитие и самосовершенствование;
- реальное и виртуальное вхождение в то, что получило название community of practice (профессиональные и транспрофессиональные сети)<sup>5</sup>.

*Транспрофессионалы* должны быть готовы свободно за счет своего мышления и способов организации своей деятельности работать в различных профессиональных средах. Комплексирование методов, средств и способов мышления и деятельности под конкретную проблемную ситуацию, не имеющую стандартных вариантов решения, — такова специфика транспрофессиональной работы. Ключевой процесс для третьей профессиональной революции — процесс «кастомизации» (от англ. customization) — ожидаемый результат проектируется совместно с заказчиком, обязательно учитывая его граничные условия<sup>6</sup>. Но это означает, что транспрофессионал должен быть готов выполнять функции

<sup>4</sup> Термин «профессиональная революция» ввел британский социальный историк Г. Перкин. Им же выделены три глобальных профессиональных революции. См. Perkin G. The third revolution: Professional society in international perspective. L., 1996.

<sup>5</sup> Малиновский П. Вызовы глобальной профессиональной революции на рубеже тысячелетий // Российское экспертное обозрение. 2007. №3 (21).

<sup>6</sup> См.: Управление персоналом: Учебник для вузов / Под ред. Т.Ю. Базарова, Б.А. Еремина. М., 2002.

предпри-нимателя и менеджера, а не только быть многосторонним техническим специалистом, способным осуществлять трансдисциплинарный синтез знаний.

Легко убедиться в том, что хороший специалист в области связей с общественностью уже обладает вышеприведенными качествами.

Действительно:

- узкая специализация в какой-то профессии означает, что, в отличие от широко распространенного мнения, ПР — не для дилетантов;
- способность к межпрофессиональной коммуникации необходима, поскольку ПР обслуживает различные профессиональные среды и работает над общей задачей вместе со специалистами в области маркетинга, рекламы, менеджмента, журналистики и т.п.;
- способность к трансдисциплинарному синтезу знаний необходима потому, что ПР-задача носит, как правило, комплексный характер, т.е. требует для своего решения привлечения результатов множества научных дисциплин, а это, в свою очередь, делает необходимым поиск решений, выходящих за рамки отдельных дисциплин;
- ориентация на сочетание фундаментальных исследований с практическим решением проблем необходима, так как все задачи ПР научно-практические, т.е. включают в себя исследовательский и практический компоненты;
- Навыки командной работы необходимы, так как все работы в ПР осуществляются в команде, причем членом такой команды всегда бывает заказчик;
- постоянное саморазвитие и самосовершенствование становится следствием постоянного развития и совершенствования применяемых технологий, методов и инструментов;
- вхождение в то, что получило название *community of practice* (профессиональные и транспрофессиональные сети), необходимо, так как у ПР существует глобальная задача — управление информационно-коммуникативным пространством, которая решается посредством совместнотворческой организации деятельности.

То, что ПР-деятельность можно с полным правом отнести к транспрофессиональной сфере вполне естественно, так он наследует профессиональные черты целого ряда профессий: журналистики, маркетинга, рекламы, психологического консалтинга и т.п., а также выполняет вполне определенную управленческую функцию и кроме того, с этим интегрирует глобальные и локальные параметры этих профессиональных сред.

*2011*

## Дифференциация пространств общественной связности

Коммуникация — фактор общественной связности, организующий социокультурное пространство. С помощью коммуникации общество создает окружающую среду — информационно-коммуникативное пространство. Причем свойство глобальности событий, превращенных в информационную форму, нельзя приписать ни самим этим событиям ни их интерпретациям (фактам). Это качество механизмов первичной презентации событий и их размещения в информационно-коммуникативном пространстве. Именно это и оправдывает допущение пространственности информации и коммуникации, дифференциацию пространств общественной связности.

Ключевые слова: коммуникация, информационно-коммуникативное пространство.

Коммуникация как фактор общественной связности сегодня представляется в виде сложного процесса, организующего социокультурное пространство. С ее помощью общество создает окружающую среду — информационно-коммуникативное пространство.

По мнению Никласа Лумана, общество есть пример самовоспроизводящейся и самореферентной системы. Формой существования и самоописания общества является социальная коммуникация. Жан-Франсуа Лиотар рассматривал общество как систему дискурсивных практик. Современные развитые общества он определяет как «постмодерн». Здесь социальность приобретает характер дискурсивной разнородности, в основании которой лежат языковые игры — «минимальные отношения для существования общества». В работах

Пьера Бурдьё общество представляет собой уже совокупность отношений, складывающихся в различные коммуникативные поля, каждое из которых имеет специфические типы власти (политика, образование, наука, философия, журналистика и т.д.).

Общим в этом разнородном дискурсе вокруг коммуникации является ее понимание как фактора формирования окружающей среды современной цивилизации — информационно-коммуникативного пространства. Этим как бы устанавливаются границы между коммуникациями, с одной стороны, и человеком — с другой.

Осознание этого нетривиального факта начало складываться лишь во второй половине XX века, когда произошла революция в характере информационных воздействий, придавшая им глобальный планетарный характер. СМИ, системы обработки информации, информационно-коммуникационные технологии превращают каждое событие, попавшее в «повестку дня», в глобальный фактор человеческих отношений. Современное состояние информационной среды качественно отличается от ее состояния в XIX века, и даже в первой половине XX столетия, и эта специфика требует соответствующего отражения на понятийном уровне, поскольку сегодня потенциальную глобальность приобретает любая информационная единица, попадающая в мировую телекоммуникационную и компьютерную сеть.

Очевидно, что свойство глобальности событий, превращенных в информационную форму, нельзя приписать ни самим этим событиям, ни их интерпретациям (фактам). Это качество приобретает за счет механизмов как их первичной презентации, так и позиционирования в информационно-коммуникативном пространстве. Собственно, именно это и оправдывает допущение пространственности информации и коммуникации. Действительно, и коммуникация и информация приобретают фундаментальный характер, который заставляет придавать этим понятиям онтологический (бытийный) статус. В связи с этим необходимо обсудить варианты использования понятия «информационно-коммуникативное пространство», которое часто применяется в качестве фигуры речи. Иными словами, оно представляет собой скорее метафору, чем строгий, логически выверенный термин. Определенное и точное содержание могут иметь только частные его трактовки, построенные на идеализированных моделях. Их применимость и эффективность зависит от конкретных условий

и корректности формулировки научно-практических задач. Модели — инструменты, и отнюдь не универсальные. Кроме того, в равной степени оказываются употребимы понятия: «информационное», «коммуникативное (коммуникационное)» и собственно «информационно-коммуникативное». Следует отметить, что введению и дифференциации понятия «информационное пространство» посвящен ряд работ М. Ю. Казаринова<sup>1</sup>, подход которого частично использовался и в настоящей работе.

Наиболее распространенным остается редуцирование к физическому пространственно-временному универсуму, между точками которого возникают обменные информационные отношения и коммуникации. Социокультурная реальность, разворачивающаяся в историческом времени, предстает совокупностью коммуницирующих объектов, каждый из которых привязан к географическим координатам и может быть охарактеризован набором необязательных параметров: политических, экономических, этнокультурных и т.п. В этом же ключе понимаются такие образования, как «глобальное пространство телекоммуникаций», «информационное пространство России» и т.п. Подобный подход обеспечивает уникальность события, хотя его связь с проинтерпретированным фактом остается множественной. Кроме того, пространственная (в физическом смысле) локализация информационно-коммуникативных объектов вообще остается проблематичной, поскольку здесь не определяются качества пространственности самих коммуникации и информации.

Продуктивным является «полевое» представление информационно-коммуникативных практик. Суть его в том, что действительность интерпретируется в качестве некоего множества практик, каждая из которых контролирует определенные фрагменты социальной жизни (поля практики). Поля формируются так называемыми агентами поля, своего рода центрами влияния, зарядами. Аналогом здесь являются физические поля, образуемые электрическими зарядами, гравитационными массами и т.п. Человек оказывается в поле под воздействием «агентов поля», производящих информационно-коммуникативный образ какого-либо события. В результате он соответствующим образом меняет свое поведение и сознание. Это изменение становится индикатором инфор-

---

<sup>1</sup> См.: Казаринов М.Ю. Информация: контуры философско-методологического исследовательского проекта. СПб., 2004.

мационного эффекта, аналогичным «пробному заряду», с помощью которого определяется напряженность поля в электростатике. Следует отметить, что подобная аналогия может быть сведена к измеримым показателям: рейтингам, репутационному капиталу, капиталу бренда и т.д. Перспективность подобной модели связана прежде всего с возможностью применения уже наработанных в физике и математике подходов к исследованию и исчислению полевых явлений. Кроме того понятие «поле» непосредственно учитывает в своем содержании как пространственную определенность, так и качественную специфику создающих его и взаимодействующих в нем систем, что выводит на системное рассмотрение информационной реальности и формализацию возникающих в ней отношений.

В защиту «полевой» интерпретации информационно-коммуникативного пространства приведем развернутую цитату из лекции Пьера Бурдьё в курсе Коллеж де Франс, прочитанной им на факультете антропологии Лионского университета Lumiere 14 ноября 1995 года.

*«В социальном универсуме сегодня существуют журналисты, политики, телевизионные журналисты, интервьюирующие политиков, социологи, дающие интервью в газетах или интервьюирующие политиков и журналистов и т.д. Т.е. существуют видимые и непосредственно воспринимаемые агенты, встречающие друг друга, которые могут бороться друг с другом, конкурировать и т.д., и т.п. Что можно получить, если на место наблюдаемых феноменов и совокупности единичных агентов, обозначенных именами собственными, поставит пространство невидимых отношений, составляющих то, что я называю полем социальных наук, юридическим полем или полем политики? ...Итак, поле, которое я предлагаю проанализировать, представляет собой расширенную форму так называемого мира или микрокосма политики. ... Слово «микрокосм» точно указывает на то, что политический универсум, со всеми своими институтами и партиями, правилами функционирования и агентами, отобранными в соответствии с определенными процедурами (электральноными) и т. д., является автономным миром, микрокосмом, встроенным в социальный макрокосм. ... Необходимо учитывать эту относительную автономию, чтобы понять практики и произведения, возникающие в этих универсумах».*

Информационно-коммуникативное пространство может быть также определено в качестве части (подпространства) пространства социо-культурного. В этом случае полагается «матрешечная» схема, т.е. включение в социальную ре-

альность и действительность областей, в которых действуют преимущественно информационно-коммуникативные факторы. В самом информационно-коммуникативном пространстве, в свою очередь, могут быть выделены подпространства: научно-технической, экономической, политической, управленческой, культурной и других видов социальной информации. Их объединяет единство форм коммуникативной деятельности и ее информационный характер. Например, понятие «единое экономическое пространство» обусловлено не только наличием мирового рынка финансов, но и тем фактом, что финансы являются, с современной точки зрения, информационно-коммуникативными образованиями, знаками некоторых ценностей и потенциями рыночных коммуникаций.

Достаточно распространен также взгляд, опирающийся на абстрактные математические модели факторных пространств. Эти пространства задаются системой детерминант информационно-коммуникационных процессов, которые, в свою очередь, определяют систему координат информационно-коммуникационных объектов. С ее помощью определяются местоположения того или иного объекта. Например, для интернета можно построить двухмерную систему координат по оси X, которой будет URL-соответствующего информационного блока, а по оси Y — время его последнего обновления. Таким образом, все, что размещено в интернете, может быть идентифицировано однозначно, но при этом трудно ввести такие понятия, как «расстояния» между объектами и их «протяженности». А именно эти качества непосредственно связаны со свойством пространственности. Нивелирование понятия расстояния между двумя ресурсами в интернете связано также с тем, что для пользователя не имеет значения, где физически находится информация, с которой он коммуницирует, поскольку связь осуществляется со скоростью света, т.е. практически мгновенно. Весь интернет находится как бы в одной точке — в компьютере пользователя. Эта особенность современных коммуникаций называется симультанность (единомоментность события и его отражения).

Частный случай факторных информационных пространств — упорядоченные (классифицированные) информационные массивы, например каталоги, книжные фонды библиотек, базы данных и знаний, т.е. разнообразные упорядоченные хранилища информационных единиц. Их отличительной особенностью является наличие уникального кода или шифра, классификационной

матрицы и средств поиска и доступа. Очевидно, что не все информационно-коммуникационные объекты подвергаются каталогизации и систематизации, т.е. вся совокупность подобных массивов не покрывает собой все информационно-коммуникативное пространство. Вряд ли это возможно в принципе, хотя подобная тенденция явно просматривается.

Впрочем, помимо чисто информационных таксономических смыслов, за которыми скрывается упорядоченное человеческое знание, информационно-коммуникативное пространство или киберпространство приобретает вполне ощутимые социальные черты настолько, что начинает составлять конкуренцию посюстороннему от экрана социуму.

Убеждение в том, что интернет — не просто источник информации и средство общения, а именно жизненная среда авангардной части общества, достаточно популярное сегодня, приводит к специфическим протестным явлениям. Прежде всего население сети активно сопротивляется коммерциализации и приватизации киберпространства. Так, Д. П. Барлоу, автор известного манифеста «Декларация независимости киберпространства»<sup>2</sup>, с целью сопротивления влиянию государств и корпораций на жизнь в интернете основал «Фонд электронного фронта» (EFF), который расшифровывается еще как «Фонд электронной свободы», так как это хорошо финансируемая адвокатская коллегия, занятая сопротивлением цензуре, защитой цифровых прав и проблемой сетевой криптографии.

Приведем характерный фрагмент упомянутой декларации:

*«Правительства Индустриального Мира, усталые гиганты из плоти и стали! Я явился из Киберпространства, нового дома Сознания. Ради будущего я прошу вас, принадлежащих прошлому, оставить нас в покое. Вас здесь не ждут. Вы не имеете власти над местом, где мы обретаемся. У нас нет избранного правительства, и мы не собираемся терпеть его и в будущем, так что я обращаюсь к вам с уважением, не большим, чем то, с которым к вам обращалась бы сама Свобода. Я провозглашаю, что мировое социальное пространство, которое мы строим, от рождения независимо от бремени тирании, которое вы хотите возложить на нас... Киберпространство лежит вне ваших границ. Не думайте, что это вы строите его, ибо это*

<sup>2</sup> Барлоу Дж. П. Декларация независимости киберпространства // Интернет-журнал «Эйдос». 1999. 20 декабря. URL: <http://www.eidos.ru/journal/1999/1220.htm>.

*общественный проект. Вы не можете сделать этого. Это акт самой природы, и киберпространство произрастает в результате коллективного действия».*

Комментируя эту декларацию, автор недавно вышедшей книги «Техногнозис: миф, магия и мистицизм в информационную эпоху»<sup>3</sup>, посвященной, как видно из ее названия духовным аспектам внедрения и развития «техногностической культуры» современности, Эрик Дэвис отмечает, что у Барлоу киберпространство становится одновременно и территорией и «актом природы». Эта мифологическая концепция позволяет ему видеть интернет как технологическое возвращение к безграничному (но населенному) континенту, который встретил первых колонистов. «Утвердив эту виртуальную почву в качестве основания, Барлоу затем убеждает надутых плохих парней из правительства в том, насколько неестественной в действительности является цифровая среда... “Наш мир — мир, который находится в одно и то же время всюду и нигде, но тела живут не в нем... Ваши правовые концепции собственности, самовыражения, идентичности, передвижения и контекста неприменимы к нам. Они основаны на материи. А здесь нет материи.”».

Подобное противоречие, тем не менее, не мешает противопоставлять материальный мир государств и бизнеса миру виртуальных отношений, причем настолько, что последний и в самом деле приобретает свойства пространственности, т.е. качества, позволяющего пребывать в нем, перемещаться по нему, заниматься какой-либо деятельностью, что-то строить или производить вполне осязаемые объекты. Интернет приобретает образ активно колонизируемого вновь открытого жизненного пространства цивилизации, и события последнего времени, например известный процесс над сайтом «пиратская бухта», только усиливают это впечатление.

Иной подход основан на отождествлении информационно-коммуникативного пространства с языком в целом, а точнее, с семиотической и семантической реальностью. Наиболее уместно здесь применить термин «семиосфера», разработанный в семиотической культурологии Ю. М. Лотмана<sup>4</sup>.

<sup>3</sup> Дэвис, Э. Техногнозис: миф, магия и мистицизм в информационную эпоху / Э. Дэвис / Пер. с англ. С. Кормильцева, Е. Бачиной, В. Харитонова. Екатеринбург. 2008.

<sup>4</sup> Лотман Ю.М. Семиотическое пространство // Лотман Ю.И. Внутри мыслящих миров: Человек. Текст. Семиосфера. История. М., 1996.

Семиосфера — это одновременно и семиотическое пространство, что почти тождественно культуре, и комплекс условий, делающих возможной коммуникацию. Ю. М. Лотман поясняет это следующим образом:

*«Представим себе в качестве некоего единого мира, взятого в синхронном срезе, зал музея, где в разных витринах выставлены экспонаты разных эпох, надписи на известных и неизвестных языках, инструкции по дешифровке, составленные методистами пояснительные тексты к выставке, схемы маршрутов экскурсий и правила поведения посетителей, и представим все это как единый механизм. [...] Мы получим образ семиосферы. При этом не следует упускать из виду, что все элементы семиосферы находятся не в статическом, а подвижном состоянии, постоянно меня формулы отношения друг к другу».*

Если сопоставить сказанное с идеей сведения интернета к соглашению, т.е. к определенной системе правил взаимодействия в сети, высказанной в знаменитой статье Дока Серлза и Дэвида Вайнбергера «О том, что такое интернет и с чем его путают» (2003), то получится, что семиосфера интернета это совокупность протоколов передачи данных и правил взаимодействия в сети пользователей. Семиосфера интернета может быть понята как тождественная, а точнее, структурно подобная информационно-коммуникативному пространству, а это означает, что между социальными отношениями внутри и вне сети существует взаимно однозначное соответствие, т.е. все возникающее в сети, есть отражение складывающихся в обществе отношений. Интернет не изобретает, а проявляет то, что было не так заметно.

Возвращаясь к обсуждению самого понятия «информационно-коммуникативное», пространство следует сказать, что на сегодня не существует однозначного его понимания. Вкладываемый в него смысл определяется языковой интуицией и контекстом словоупотребления. Последнее подчеркнем особо, поскольку значение этого понятия, возможность работы с ним полностью зависит от задачи и от того контекста, в котором эта задача решается, т.е. этот термин может быть использован и в понимании информационной среды, и в понимании семиосферы, и в понимании пространственно распределенных источников информации и коммуникации. В некоторых случаях оказывается продуктивным соотносить его также с понятием виртуальная реальность.

## Боевой ПР в интернете

При входе на сайт одной ссылочной биржи можно прочитать следующий слоган: «статейный маркетинг необходим для Пиара. А ПР — это влияние на интернет-общественность».

Можно сказать, что такое представление о ПР несколько устарело, поскольку ПР это не влияние, а взаимовлияние, и даже взаимодействие, но когда речь идет о войне...

Где-то в интернете попала мне статья в которой e-PR разделяется на три вида:

Net PR — пресс-релизы, чаты и форумы, использующиеся для распространения информации.

Online PR, в рамках которого пользователи получают доступ в сети Интернет к офлайн-данным, например, сайты предоставляющие информацию целевой (таргетированной) аудитории.

Web PR: веб-конференции, веб-презентации, социальные сети и т.п.

Основа различия: NET (рыбачья сеть) — Online (на связи) — WEB (паучья сеть). В этой последовательности отражена эволюция самого пиара.

Вот такая получается формула: *N-O-W* или *У-П-В* действительно: в начале Уловление, затем Приручение через декларируемую прозрачность и доверие, и наконец, Вовлечение (вербовка). Здесь узнается и технология брендинга.

Такова главная стратегема боевого ПР. *Пришел — Покрасовался — Победил.*

Плацдарм на котором разворачиваются боевые действия понятен — это интегрированное информационно-коммуникативное пространство, состоящее из локальных информационно-коммуникативных пространств различных общественных групп и индивидов.

Первой тактической задачей является проникновение в локальные информационные пространства, т. е. в реальности индивидов и социумов. Попросту говоря, в начале нужно чтобы в их реальностях мы заняли свое место, причем не важно какое. Чтобы о нашем существовании просто узнали. Это то, что делает информация в журналистском понимании.

Однако этого не достаточно. Ведь нужно чтобы нас прописали в своих реальностях именно такими какими мы есть или, в крайнем случае, такими какими хотим казаться. А то получится, что мы вовсе и не мы, а скрывающиеся под нашими именами неизвестные существа. Искажения образов возникают там не только естественным путем, но и стараниями доброхотов-конкурентов. Ковровые информационные бомбардировки, на которых держится реклама, помогут лишь на первое время. Следовательно нужно чтобы нас узнали лучше, нужно ненавязчиво дать возможность желающим узнавать о нас больше, и в наиболее удобной форме. Этому и служат всякого рода пресс-релизы, подписки и информационные сайты. Нужно быть не просто узнаваемым, а знакомым, коммуникация с которым обыденная и повседневная. Это вторая тактическая задача.

Лишь после этого возможно решение третьей главной задачи — сократить дистанцию до такой степени, когда можно будет использовать термины: «свой», «друг», «соратник» как по отношению к себе у них, так и по отношению их у себя. А это есть не что иное как расширение своей информационно-коммуникативной телесности. Иными словами — цель не оккупация информационно-коммуникативного пространства, а освоение его, адаптация в нем как в своей ойкумене (жизненном мире). Тут и приходят на помощь форумы, блоги и социальные сети, предоставляющие возможность живого общения, то есть соучастия и сосуществования.

Плацдарм определен, стратегия выстроена, но кто же противник, с кем воюем?

На первый взгляд кажется, что ответ очевиден: конкуренты. Экономические, политические, геополитические, социокультурные, этнопсихологические и т.д. и т.п. Однако война с конкурентами ведется в рамках совсем другого ГР.

Его ошибочно называют черным, хотя правильнее называть негативным. Черный ПР это тот который осуществляется вне Закона. Например, оплата журналисту в конверте за размещение ПР-статьи в своем издании — черный ПР, не смотря на то, что в статье нет ни слова лжи и носит она вполне позитивный характер. Негативный ПР вполне легитимен, если не содержит откровенной лжи и клеветы. Но задачи его, в рамках рассматриваемой стратегии, прямо противоположны:

1. Замалчивание присутствия конкурента в информационно-коммуникативных пространствах целевых аудиторий и искажение его имиджа.

2. Блокировка или зашумление информационных каналов конкурента. Например «забалтывание» актуальных тем, инициированных конкурентом, выступления с целью дискредитировать не сколько конкурента, а сколько информацию им предоставляемую, и/либо переключить внимание на себя. Используются также вирусные атаки на сайты, заспамливание и т. п. Последнее впрочем нельзя отнести к легитимным методам.

3. Перевербовка. Тут вроде все ясно — есть задача сделать «своего» для конкурента «своим» для себя. Особо показательна ситуация на политической арене, где в одном и том же послании содержится позитивный ПР для своего и ничейного (за него главная борьба) электората, и негативный для чужого электората. Естественно, что основным нападкам в этой ситуации подвергается потенциальный лидер.

Негативный ПР, таким образом, это работа локтями, стремление захватить место, занимаемое конкурентом. Противник тут конкурент, о котором в исходной формуле нет даже упоминания. Ясно также, что негативный ПР по сути своей деструктивен, поскольку ведет к дегармонизации информационно-коммуникативного пространства в целом.

Парадокс, для чего и за что воюем — знаем, а с кем нет. Остается предположить, что противник не кто, а что. То есть, природа социокультурных отношений современной цивилизации. Так может быть цивилизация и есть главный супостат, или, напротив культура, ведь ПР это скорее цивилизационное образование? Неожиданный разворот получается, не правда ли? Он заставляет задуматься: а что мы делаем на этой войне?

В заключении пару слов про интернет, причем здесь он? Не причем, поскольку все выше изложенное было с начала времен без всякого NET, OnLine

и WEB. Однако с его появлением боевые действия в информационно-коммуникативном пространстве приобрели невероятную оперативность, что заставляет задуматься о том, что цивилизация действительно перешла на новую ступень своего развития для которой уже плохо подходят испытанные веками механизмы социальной регуляции. Так что скорее всего в данном контексте следует говорить о революции, а если и о войне, то о гражданской.

*2012*



## МЕДИА – МЕССЕДЖ

На самом деле люди не читают газет. Они залезают в них каждое утро как в горячую ванну.

*М.Маклюен*

Человечество вступает в постиндустриальное информационное общество — общество индустрии образов и знаний. Это значит, что те виды деятельности, которые отвечают за производство образов и знаний выдвигаются в ядерную зону цивилизационных организованностей. К таким видам деятельности, безусловно, относится журналистика.



Питер Брейгель Старший Притча о слепых, 1568. Национальная галерея, Неаполь.

Сюжет картины основан на евангелической притче о слепых: «Если слепой ведёт слепого, то оба они упадут в яму» Мф 15 14.

## Система массовых коммуникаций (СМК) и журналистика современности

Человечество вступает в постиндустриальное информационное общество — общество индустрии образов и знаний. Это значит, что те виды деятельности, которые отвечают за производство образов и знаний выдвигаются в ядерную зону цивилизационных организованностей. К таким видам деятельности, безусловно, относится журналистика.

Рассмотрим, как особенности постиндустриального (информационного) общества сказываются на целевых установках журналистской деятельности.

- *Переориентация экономики от товаропроизводства к сервису* перемещает информационный сервис, к которому можно отнести журналистику, в базовые секторы экономики.

**Целевая установка журналистики:** управление информационными и коммуникационными секторами рынка.

- *Детерминирование интеллектуальных технологий в технологической и производственной сферах и уменьшение значимости и фундаментальности материальной собственности в системе ценностей* обеспечивает конкурентное преимущество информационной и научной деятельности над материальным производством.

**Целевая установка журналистики:** участие в разработке и широкое использование интеллектуальных технологий представления (презентации) знаний и фактов; роботизация новостных потоков и первичной аналитической обработки; виртуализация производственных циклов издания.

- *Повышение значимости знания как основы технологической и социально-политической структур* общества формирует потребность в общественных институтах, обеспечивающих трансляцию знаний, т.е. в глобальных информационно-коммуникативных сетях, и в специалистах, их обслуживающих.

**Целевая установка журналистики:** смещение акцентов в сторону научной и образовательной журналистики; журналистика выполняет роль поставщика инструментального знания.

- *Смещение семантических и аксиологических акцентов в структуре социальной организации* — реорганизация культурной сферы, подразумевающая императивную ориентацию на приоритеты интеллектуализма; трансформация этики и нравственности личности, самоопределяющейся через осознание себя как производителя знаний.

**Целевая установка журналистики:** отказ от однонаправленных способов коммуникации в пользу интерактивных, подразумевающих выполнение журналистом функции навигатора в информационном пространстве.

- *Возникновение доминанты «университет»* (образование, наука) как системоформирующего общественного фактора.

**Целевая установка журналистики:** активное включение журналистики в сферу ответственности социальных образовательных институтов.

Одной из важнейших особенностей информационной цивилизации является формирование глобальной системы массовых коммуникаций (СМК), которая поглощает в себе средства массовой информации (СМИ), поэтому под массмедиа имеет смысл понимать систему, объединяющую традиционные средства массовой информации, глобальные телекоммуникационные средства (сеть) и сумму технологий работы с массовой аудиторией — политические технологии, ПР, рекламу и другие, иными словами, систему массовых коммуникаций (СМК), порождающую виртуальные реальности информационных пространств.

Среди наиболее значимых свойств СМК можно выделить следующие:

1. *СМК является зеркалом реальности и одновременно особой формой реальности.*

Развитие интернета как ядра СМК идет по трем направлениям: 1) развитие и модернизация программных и технических средств; 2) расширение числа

пользователей; 3) перевод разнообразной информации и знаний в электронную интернет-ориентированную форму. Эти процессы приводят к тому, что интернет становится хранилищем не только всех человеческих знаний, но и отношений; не только включает в себя созданное в предэкранном мире, но и производит нечто новое, предназначенное для потребления как в сети, так и вне ее; не только моделирует деятельность, но и сам становится профессиональной сферой деятельности. Вот почему можно говорить об интернет-реальности и действительности не в метафорическом, а вполне в практическом смысле.

2. *СМК ориентирована не на отражение (освещение) событий, а на производство собственных событий.*

События заключаются в изменении структуры организации информации. Структура информации, а не сама информация становится условием коммуникации, следовательно, событие — это порождение новых типов коммуникаций.

Меняется понимание того, что считать фактом или новостью. Происшедшее в предэкранном мире имеет значение только в том случае, если оно порождает или способно породить новые коммуникации. Причем только те из них, которые способны вызвать структурные изменения в коммуникативной системе. Так, например, «раскрутка» есть не что иное, как создание новой коммуникативной структуры, центрированной раскручиваемым брендом. Наиболее значимым событием в СМК является возникновение коммуникаций нового типа. Например, возникновение интернета и целого класса новых способов коммуницирования было и остается таким событием.

Следовательно, журналистика переориентируется с поиска сиюминутных фактов и дешевых сенсаций на поиск событий, действительно меняющих распределение приоритетов в информационном пространстве. Способность предвидеть отдаленные последствия как самих событий, так и их информационного отражения становится все более значимой для профессионального журналиста.

3. *СМК осуществляет глобальную структуризацию реальности в слове.*

Условием возможности коммуникации является наличие языка, условием появления системы массовой коммуникации как целостности — наличие метаязыка, связывающего все языки, и не только естественные национальные языки, но и профессиональные сленги, языки программирования, языки символов, языки жестов, языки газетных заголовков и др. То, что такой метаязык действи-

тельно существует, доказывает существование интернета. Однако составить его словарь и сформулировать правила вряд ли когда-нибудь будет возможно, так как этот язык не является чем-то устойчивым, имеющим какие-то базовые основания, какие-то корневые слова. Интернет как информационная система позволяет структурировать знание относительно любого произвольного понятия или термина, которые и становятся временным виртуальным основанием знания в целом. Интернет реально все связывает со всем, да так, что в качестве первоначала может быть использовано произвольное высказывание. Работая в интернете, пользователь словом заново пересоздает вселенную, правда, только свою и только виртуальную. И в самом деле, теперь уже принципиально невозможно предугадать, «как наше слово отзовется».

Таким образом, всякая публикация становится актуальным центром информационного космоса и возлагает на автора колоссальную моральную ответственность.

*4. СМК интегрирует культурные среды посредством отражения в каждой отдельной культуре любой другой и всех вместе.*

СМК можно представить себе как систему отдельных коммуникативных зон (например, зона RU), обладающих культурными особенностями, влияющими на содержание (контент), способы общения, структуру информации. Однако на метауровне все эти зоны структурно идентичны и границы между ними отсутствуют.

Опубликованные на русском языке в русскоязычном интернете тексты мгновенно оказывают влияние на публикации на английском, китайском и других языках в соответствующих культурных и языковых зонах, как бы «одевая» русскоязычную публикацию в инокультурные одежды.

*5. Достоверность сообщения устанавливается через референцию структуры информации.*

Качество информации зависит не от ее новизны, полноты, логичности, ясности и других привычных критериев, а от того, в какой степени эта информация способна центрировать собой порожденную ею коммуникативную структуру. Это, в свою очередь, зависит от того, насколько форма ее представления соответствует сложившимся на данный момент нормам. Отсюда и появление нового критерия достоверности: более достоверно то, что по своей структуре более соответствует сети в целом. Например, так называемый плоский текст, т.е.

сообщение, не связанное гиперссылками с другими текстами, априори менее достоверно, чем текст, отсылающий к другим текстам.

Для журналистских публикаций в интернете это свойство означает необходимость соотносить тексты с текстами близкой тематики, новые публикации с прежними.

6. *СМК подвержена процессу спонтанного повышения уровня своей организованности и сложности, при этом условием выживания каждой подсистемы СМК является ее структурное подобие целой системе и соответствие ей по степени сложности.*

Требование структурного подобия всей системе, которая быстро развивается и совершенствуется технологически и содержательно, заставляет сетевое издание также динамично развиваться. Что обуславливает необходимость следить за всеми тенденциями развития интернета.

7. *Каждая отдельная коммуникация в СМК является одновременно и средством коммуникации, и самим сообщением.*

Маршалу Маклюэну принадлежит тезис «Средство само есть содержание». Т.е. сам факт установления коммуникации для передачи контента — уже контент. Вот почему интернет-публикации, особенно новостные, тяготеют к лаконичности, клиповости, названности. Важно уже то, что событие обозначено заголовком.

8. *СМК ориентирована на установление субъект-субъектных отношений между участниками коммуникации.*

Читатель газеты остается читателем газеты, даже если пишет письма в редакцию. Читатель интернет-газеты становится на самом деле и писателем, и издателем, даже если он только заглянул на титульную страницу. Так как обращение к ресурсу изменяет структуру информации, интернет-публикация создается как публикаторами, так и пользователями. Если это так, то коммуникация потенциально субъект-субъектна. Вот почему выигрывают те интернет-издания, которым удастся установить диалоговый стиль общения с посетителями своих страниц. Однонаправленная информация не имеет успеха в интернете. Помимо чисто стиливых способов организации диалога здесь используются инструменты, обеспечивающие возможность обратной связи: гостевые книги, форумы, опросы, анкеты и т.п.

9. *Полноправным участником любой коммуникации всегда является многослойная система социальных, экономических, политических и других контекстов, а также сама СМК.*

Это свойство требует от публикатора личного постоянного присутствия в интернете. Необходимо осознавать, что любая публикация немедленно копируется интернетом, предоставляя другим пользователям потенциальную причастность к ней. Таким образом, речь идет действительно о диалоге с сетью как субъектом.

10. *Содержание сообщений имеет тенденцию ухода от безапелляционных суждений и оценок и характеризуется всеобщим плюрализмом.*

В сети не может быть высказано ничего претендующего на истину в последней инстанции хотя бы потому, что в момент публикации сообщения о том, что  $2 \times 2 = 4$ , почти наверняка появятся сообщения, в которых  $2 \times 2$  будет уже равняться 5. Сеть плохо воспринимает текст, не терпящий возражений, и, напротив, она научилась примирять достаточно удаленные друг от друга позиции.

11. *Ценность информации повышается на фоне снижения ценности таких понятий, как власть, деньги, производство и т.д.*

Одновременно с этим ценность самой по себе информации в сообщении снижается, поскольку всякое сообщение, согласно постмодернистской модели, есть не более чем комбинация цитат. Имеют значение только сам факт сообщения и возникшая при этом коммуникация — со-бытийность.

Здесь со всей очевидностью проявляется изменение ценностных приоритетов по отношению к вещному миру, связанное с цивилизационным процессом — становлением информационного общества. В информационном поле все более значимое место занимает информация об информации, коммуникация с коммуникацией и т.п. И эта тенденция, вероятно, будет только усиливаться.

12. *СМК реализуется через систему диалоговых интерактивных коммуникаций, которые осуществляются при помощи текста, имеющего форму гипертекста, который выступает в роли онтологической модели мира.*

Базовым коммуникативным каналом является текст, точнее, гипертекст. Он представляет собой систему текстов, оставаясь в то же время единым текстом. Гипертекст связан системой гиперссылок с другими гипертекстами, а через них с интернетом в целом. Поскольку интернет — это текст, который стремится

вобрать в себя все знание человечества, и не только знание, но и отношение к этому знанию, постольку интернет-гипертекст становится онтологической моделью мира. Такой же моделью следовательно, является и любая публикация в интернете. Журналистская публикация в интернете — это не сообщение о каком-то событии или факте, а модель актуальной реальности.

*13. СМК порождает множественность виртуальных реальностей (полионтологичность).*

Каждый отдельный текст, так как он обладает свойством гипертекста, есть модель реальности. Множество текстов есть множество реальностей, находящихся в сложной взаимозависимости, определяемой системой коммуникаций. Просмотр (прочтение) текстов, или коммуникации с текстом, или коммуникации посредством текста актуализируют эти реальности. Следовательно, картина мира предстает в виде виртуальных реальностей. В этом, собственно, и состоит концепция полионтологичности.

Для профессиональной журналистской деятельности концепция полионтологичности означает необходимость отдавать себе отчет в том, в какой именно реальности разворачивается журналистское творчество и какие реальности порождает публикация материалов.

*14. СМК трансформирует реальность, причем в этом процессе участвует в качестве коммуникатора виртуал, который обеспечивает рождение новых связей.*

Виртуальная реальность здесь — это мир активных коммуникаций, т.е. событийность. Именно это свойство позволяет говорить о формировании новой культуры.

*15. СМК ризоморфно*

На этом свойстве следует остановиться особо.

Ризома означает определенное строение корневой системы, характеризующейся отсутствием центрального стержневого корня и состоящей из множества хаотически переплетающихся, периодически отмирающих и регенерирующих, непредсказуемых в своем развитии побегов. В своей работе «Тысяча поверхностей» Делез и Гваттари выделяют принципы организации ризомы-корневища:

- **«Связь и гетерогенность» или децентрированность, открытость, антииерархичность (точнее неиерархичность)**

Каждая точка корневища может быть соединена с любой другой — ризома не имеет исходного пункта развития, она децентрирована и антииерархична по своей природе. Никакая ее точка не должна иметь преимущества перед другой, равно как не может быть привилегированной связи между двумя отдельными точками — в ризоме все точки должны быть связаны между собой независимо от их роли и положения.

- **Принцип «множественности»**

Выражаясь словами отца киберпанка Уильяма Гиббсона, глобальная сеть это «коллективная галлюцинация», киберпространство, за пределами которого не существует тех точек (городов, музеев, библиотек и т.п.), которые мы виртуально посещаем, но существуют лишь линии — каналы связи, соединяющие затребованные нами веб-странички. Именно линии связи и перекрестные ссылки делают сеть глобальным пространством.

- **Принцип «незначашего разрыва»**

Ввиду разветвленной и многоканальной структуры глобальной сети практически невозможна изоляция какой-либо ее части, доступ к которой по тем или иным причинам власть сочтет нежелательным. Возможность альтернативных обходных маршрутов делает подобные попытки бессмысленными.

- **«Картография и дескалькомания»**

Делез и Гваттари заявляют, что ризома — это не механизм копирования, а карта с множеством входов. Рисунок на карте не может считаться окончательным: он постоянно меняется как меняется и сама действительность. Всемирная сеть — это принципиально незаконченная, неиерархическая, динамично развивающаяся система. Непрерывно происходящие процессы изменения не позволяют сети стать хотя бы на некоторое время тождественной самой себе, что делает невозможным ее калькирование. Интернет подобно карте, не может быть заключен в рамки какой-либо структурной или порождающей модели.

Калькирование и есть форма симуляции. Симулятивная коммуникация, вычерчивает карту реальности, а не калькирует ее, т.е. отрицает сам принцип симуляции. Симулируется коммуникация как таковая.

Здесь следует отметить еще один момент, подтверждающий, что глобальная сеть — это карта, а не калька. Когда идет речь о перманентной трансформации «рисунка» сети, необходимо учитывать, что причиной ее является не только «физическое» возникновение новых маршрутов (введение дополнительных

каналов, подключение новых компьютеров и т.п.), немаловажным фактором представляется еще и то, что сам пользователь постоянно меняет свою схему движения, выбирая и осваивая различные, а зачастую и альтернативные траектории. В этом смысле интернет — не что иное, как карта с множеством входов. Пользователь может начать маршрут движения по сети с любого узла, будь то его домашняя страница, страница его университета или провайдера, причем последующие шаги в киберпространстве с его разветвленной структурой и множеством ссылок не являются внешне детерминированными, а зависят лишь от преследуемой пользователем цели, или же от ее отсутствия. Таким образом, мы можем смело утверждать, что маршруты миграции создаются «кочевниками-пользователями», целеустремленно или хаотически перемещающимися по «степным» просторам киберпространства вместо движения по старым, известным магистралям. Именно в этом и обнаруживается подтверждение соответствия глобальной сети ризоматическим принципам «картографии» и «декалькомании».

Возможность уподобления интернета ризоме, как и уподобление ризоме всей постиндустриальной цивилизации свидетельствует о появлении у цивилизации новых системных качеств, действующей моделью которых является глобальное коммуникативное пространство. Эти свойства можно приписать и социальной коммуникации, т.е. влияние этих новых свойств не ограничивается интернетом, а распространяется на сферу социальных отношений в целом, формирует новые культурные коды, непосредственно участвует в производственной, политической и экономической сферах жизни, как общественной, так и индивидуальной. Вот почему столь важно рассматривать проблему онтологии коммуникативного пространства и интернета как его эссенции и экзистенции одновременно.

Вместе с тем, наиболее отличительным свойством информационно-коммуникативного и, следовательно, знаниевого пространства является сегодня **гипертекстуальность**.

Основные свойства гипертекстуальности:

- **Голографичность** как представленность в любом фрагменте текста целостного гипертекста.
- **Мультимедийность** как эксплуатация всех каналов восприятия с использованием всего спектра презентационных технологий.

- **Виртуальность** как стимуляция перехода в особое психологическое состояние — виртуал.

Что же такое гипертекст? Самое простое определение гипертекста можно найти в почти любом руководстве по веб-дизайну:

*Гипертекст — это текст, связанный ссылками с другими текстами.*

Словарь культуры XX века В.Руднева дает следующее определение гипертекста:

*Гипертекст — это текст, устроенный таким образом, что он превращается в систему, иерархию текстов, одновременно составляя единство и множество текстов.*

Считается, что гипертекст — новейшая конструкция, вызванная к жизни интернет-технологиями и виртуальными реальностями. Однако это далеко не так. Возьмем, например, древнейший пример гипертекста — Библию.

Библия — это не только литературное и историческое произведение, но и богослужбная книга. Библия снабжена ссылками, так называемыми параллельными местами, связывающими события Священной истории, Старого и Нового Завета, которые через литургию включаются в настоящее и определяют будущее. Библию читают не от страницы к странице, а сообразуясь с церковным календарем. Каждому дню соответствует свой текст и определенное храмовое действие, которое, конечно, тоже есть текст. Текстом, актуализируемым богослужением, является убранство храма, фрески и иконы. Все, что происходит в отдельном храме, связано с церковью, которая, согласно христианским догматам, есть собор всех живых и всех почивших. Церковь, естественно, связана с миром, культура которого в значительной степени детерминирована церковными устоями. Таким образом, книга Библия разворачивается во всем многообразии человеческого бытия.

Вот что писал о Библии А.С. Пушкин:

*Есть книга, коей слово истолковано, проповедано во всех концах земли, применено ко всевозможным обстоятельствам жизни и происшествиям мира; из коей нельзя повторить ни единого выражения, которого не знали бы все наизусть, которое не было бы уже пословицею народов; она не включает уже для нас ничего неизвестного; но книга сия называется Евангелием.*

Приведем еще одно определение гипертекста (<http://spintongues.msk.ru/calvino.html>):

*Гипертекст — это представление информации как связанной (linked) сети гнезд (nodes), в которых читатели свободны прокладывать путь (navigate) нелинейным образом. Он допускает возможность множественности авторов, размывание функций автора и читателя, расширенные работы с нечеткими границами и множественность путей чтения.*

В этом определении необходимо подчеркнуть три основные характеристики гипертекста.

1. *Дисперсность структуры.* Информация представляется в виде небольших фрагментов-гнезд, и «войти» в эту структуру можно с любого звена.
2. *Нелинейность гипертекста.* Читатель отныне волен (вынужден) сам выбирать путь чтения, создавая при этом свой текст. Такая ситуация делает невозможной классическую литературную критику. Гипертекст «растворяет» ту жесткую фиксированность текста, что является фундаментом теории и практики нашей критики. Критик в принципе не может прочесть гипертекст целиком; это нечитаемый (readless) текст.
3. *Разнородность и мультимедийность,* т.е. применение всех средств воздействия на потребителя-читателя, какие только возможны технически в данной системе (именно это имеется в виду под словами «расширенные работы», expanded works) — от чисто литературных (выбор повествовательной стратегии и стилистики) через издательские (шрифты, верстка, иллюстрации) и вплоть до самых сложных компьютерных (звук, анимация, отсылка к другим нехудожественным материалам).

А вот что говорит о гипертексте представитель французского структурализма известный философ Ролан Барт:

*...текст пронизан сетью бесчисленных, переплетающихся между собой внутренних ходов, не имеющих друг над другом власти; он являет собой галактику означающих, а не структуру означаемых; у него нет начала, он обратим; в него можно вступить через множество входов, ни один из которых нельзя признать главным; вереница мобилизуемых им кодов теряется где-то в бесконечной дали, они «не разрешимы» (их смысл не подчинен принципу разрешимости, так что любое решение будет случайным, как при броске игральных костей); этим сугубо множественным текстом способны завладеть различные смысловые системы, однако их круг не замкнут, ибо мера таких систем — бесконечность самого языка.*

Приведенные определения гипертекста можно резюмировать следующим образом.

*Гипертекст — это целостный текст, содержащий смыслы, раскрывающиеся при прочтении через произвольную актуализацию связей с другими текстами и с текстом социокультурной реальности в целом.*

Очевидно, что гипертекст слабо напоминает печатный текст, относительно которого справедлива русская поговорка «Написано пером — не вырубил топором». Гипертекстуальность — это преодоление императивности печатного текста Гутенберговой галактики, так как его значение определяется уже не автором и издателем, а читателем-соавтором гипертекста.

Однако можно утверждать, что журналистика, в том числе и традиционная, гипертекстуальна в своей основе.

Действительно, что такое новость или репортаж, как не связывание текстом читателя с событием, смысл которого актуализируется в конкретном читательском (и писательском) контексте. И что такое газетная полоса, как не система гиперссылок, подобранных таким образом, что у читателя, просматривающего заголовки, возникает целостная картина событий дня.

Гипертекст как явление постмодерна обладает рядом свойств, ему присущих. Известный американский критик Ихаб Хасан выделяет (нумерация наша — *А.К.*) следующие признаки:

1. неопределенность, культ неясностей, ошибок, пропусков;
2. фрагментарность и принцип монтажа;
3. «деканонизация», борьба с традиционными ценностными центрами;
4. отсутствие психологических и символических глубин;
5. молчание, отказ от мимесиса и изобразительного начала;
6. положительная ирония, утверждающая плюралистическую вселенную;
7. смешение жанров, высокого и низкого, стилевой синкретизм;
8. театральность современной культуры, работа на публику, обязательный учет аудитории, срастание сознания со средствами коммуникации, способность приспосабливаться к их обновлению и рефлексировать над ними.

Даже поверхностный анализ любого современного СМИ (и бумажного, и электронного) позволит без труда увидеть в его продукции все перечисленные

признаки. Тем более отчетливо эти черты проявляются в интернет-журналистике.

Если характерной чертой гипертекста, как отмечалось, является отсутствие непрерывности — прыжок или скачок в другое текстуальное пространство, то новостные ленты и анонсы на страницах сетевых СМИ представляют собой ничто иное как побуждение к этому прыжку, причем подчас в совершенно иной контент, размещенный на другом сайте. Читатель (посетитель) провоцируется на непоследовательность прочтения, так как делается максимально возможное для того, чтобы привлечь его внимание к выходам за пределы страницы, на которой он находится. Естественно, он просматривает страницу по диагонали, пропуская большую часть контента (1). Читатель сам монтирует общую картину из фрагментов текста (2), причем все, что мешает свободной интерпретации, отбрасывается как читателем, так и издателем (3). Такой подход напоминает скольжение (серфинг) по поверхности текстуального пространства, гиперссылки чаще всего — это движение не вглубь, а в сторону (4), и напоминает языковую игру (5). Индивидуальное эго бесконечное количество раз переодевается, вследствие чего появляется необходимость принимать образ, типичный для аудитории именно данного ресурса. Оно остается молчаливым наблюдателем даже там, где его провоцируют на высказывание, так как это высказывание осуществляется под маской электронного адреса и ника ( сетевого имени). Механизм компенсации эмоциональной бедности поверхностного скольжения включает иронию, уход от серьезности, всеобщий безграничный плюрализм (6), сопровождающийся возможностью эклектики, сочетанием несочетаемых стилей, циклично профанирующих и сакрализирующих друг друга (7), разыгрывающая мистерию-буфф перед глазами виртуальной публики (8).

Это одна сторона гипертекста, но есть и другая, имеющая как будто прямо противоположные свойства.

1. Неопределенность, нелинейность, разрывность переходов создает некоторое новое качество, не вытекающее логически из формы и контента. Переход на другую страницу — это открытие другой страницы, другого окна реальности.
2. Фрагментарность и клиповость ведет к созданию новых информационных сверток — иероглифов современной культуры, которыми можно оперировать как понятиями.

3. Деканонизация ветхих ценностей и их профанация имеет своим следствием формирование и сакрализацию новых ценностей. А так как новых ценностей не бывает, то здесь речь идет о критическом пересмотре ценностных структур в направлении более устойчивых к вызовам цивилизационного развития.
4. При поверхностном скольжении считается геометрия поверхностей, т.е. структура информационного пространства. Углубление в поверхность бессмысленно, потому что это поверхность, а не объем, следовательно, углубляться некуда. Осознание одного этого факта на практике уже является очень серьезным культурным действием, определяющим жизненные стратегии. Сама поверхность гипертекста больше всего напоминает лист Мебиуса, который, как известно, имеет только одну сторону. Двигаясь по нему, можно прийти с лицевой его части в изнаночную, не пересекая поверхность. Таким образом, нахождение на изнаночной стороне есть следствие движения с лицевой.
5. Игровая реальность — это реальность проб и возможностей, языковая игра — это одно из условий языкотворчества, плодотворность которого мы наблюдаем в интернете.
6. Плюралистичность и ироничность — ответ психически здорового организма на невозможность реальности профанированных ценностей. То, что ценности в современной социокультурной реальности действительно почти полностью профанированы, убедительно доказал постмодернизм.
7. Интернет приучает к тому, что жанровые границы, как и любые другие границы, есть либо игровые правила, либо добровольно взятые на себя самоограничения. В любом случае ограничение есть действие индивидуальной воли без логического рационального обоснования. Стирание границ проявляет трансрациональные причины существования границ, т.е. попытки разрушения границ приводят к разрушению условных границ и к укреплению безусловных, истинных.
8. Интернет сделал потенциально публичной жизнь каждого человека. Это своеобразный театр наоборот, в котором право наблюдать за игрой предоставляется актерам, а право играть — публике. Задача актеров — наблюдать и испытывать катарсис, а публика проигрывает перед ними

живание во все новые образные миры. Вырабатывается культурная логика оценки действительного по возможному, в которой сама возможность реальности санкционируется гиперреальностью.

В целом гипертекст — это то, что разрушает детерминированность и однозначность сообщения и уже одним этим делает невозможной журналистику в ее исключительно вещательной ипостаси.

Тем не менее гипертекст достаточно адекватно описывает современные взаимоотношения с реальностью. Легко убедиться, что доступные для наблюдения и отражаемые в СМИ социокультурные процессы имеют гипертекстовую природу. Даже такие события, как войны, воспринимаются и описываются с использованием виртуальной и гипертекстовой терминологии. Следовательно, современная журналистика (печатные и электронные СМИ, Web) просто не может не изъясняться на языке гипертекста. Любой другой язык будет восприниматься социумом как марсианский. Кроме того, гипертекст из-за присущих ему свойств способен объединить культурную активность цивилизации автокоммуникативного типа, в которую мы входим, с классической цивилизацией сообщения, т.е. интерактивную журналистику с вещательной, но во взаимосвязи и взаимодополнении.

### **Каково же будущее журналистики при наступлении интернет?**

Есть два ответа на этот вопрос.

1. Интернет поглотит все существующие формы культурной и информационно-коммуникативной деятельности, в том числе и все виды журналистики: прессу, радио, телевидение. Останется только интернет-журналистика, которая, собственно, и будет журналистикой. Есть и более радикальная точка зрения, согласно которой журналистика как отдельный вид профессиональной деятельности исчезнет, полностью растворившись в информационно-коммуникативных интернет-технологиях. Выделение и обработку фактов будет осуществлять машинная математика, а их выбор — сами пользователи.

2. Интернет всего лишь новый канал коммуникации, поэтому он не создает какой-то новой журналистики, а лишь открывает для нее новые возможности. Поэтому не стоит преувеличивать фактор интернета. Журналистика какой была, такой и останется.

Естественно, что правильный ответ надо искать где-то посередине.

Интернет не поглотит журналистику, тем более не уничтожит ее, но значительно ее трансформирует. В частности, к системе СМИ кроме прессы, радио и телевидения нужно добавить веб со всеми вытекающими отсюда последствиями.

Вероятно, уже можно говорить о формировании постжурналистики, важнейшими чертами которой являются:

- ориентация на коммуницирование
- интеграция отдельных средств СМИ в единую систему (СМК), интеграция с другими социально-коммуникативными профессиональными сферами деятельности (ПР, реклама, менеджмент, образование и т.п.)

## Конвергенция — возможность универсального журнализма в рамках профессиональной идентичности

Развитие нового явления часто сопровождается своего рода болезнями «левизны». Не исключение и модный процесс медиаконвергенции, порождающий формирование конвергентных редакций, которые якобы должны сплошь состоять из универсальных журналистов. Дигитализация, т.е. расширение компьютерного парка и совершенствование средств цифровой обработки контента действительно способствует возможности совмещения в одной персоналии функций репортера, фотографа, художественного редактора, метранпажа и т.п., что и провоцирует собственников изданий на сокращение штата редакций.

Речь идет не только о технологическом прорыве в работе с контентом, хотя его значение трудно преувеличить. Конвергенция размывает жанровые и стилистические границы медиапродукции и реализуется на фоне усиления значения ее рыночных параметров. Именно этим объясняется энтузиазм, с которым собственники изданий, телерадиокомпаний принимают идею универсализации журнализма.

В России эти явления особенно заметны, поскольку у нас не так давно произошла резкая смена вектора позиционирования социокультурного института СМИ. Упрощенно медиапродукт можно представить на оси с полюсами: аксис — праксис. Аксис отображает ценностные, культурогенные, просветительские функции медиа и ряд качеств, способствующих развитию журналистики как явления культуры. Праксис связан с социальными функциями СМИ, с тем, что оправдывает их существование в социуме и оплачивается им. Необходимо

признать, что в Советском Союзе аксис в значительной степени ориентировался на достаточно высокие культурные образцы, а вот праксис был жестко связан с наложением на СМИ идеологических и пропагандистских задач, сформулированных властью. Конечно же, любой журналистский материал подразумевал выполнение и той и другой задачи, хотя и в разной степени. В чем легко убедиться, сравнив «Литературная газета» тех лет с газетой «Правда».

Рынок фактически на девяносто градусов развернул эту ось. Аксис наполнился развлекательными смыслами и ценностями, а праксис стал служить частным интересам рыночных игроков — как собственников СМИ, так и тех, кто использует СМИ в качестве рекламно-маркетингового инструмента. Но если главным критерием журналистского продукта станет — его потенциальная продаваемость, то медиасообщество будет заинтересовано в снижении требовательности потребителя, а известное циничное утверждение «пипп схавает» превратится в стратегему медиа-бизнеса. Иными словами, чем ниже культурный уровень аудитории и ее критичность, тем ниже становится допустимое качество продукции, т.е. тем меньше нужно затрат на ее производство, и тем выше норма прибыли в медиасекторе. Масскультура вымывает культуру как таковую, «попса» подменяет собой классику, и заставляет ее, чтобы выжить, рядиться в «попсовые» одежды, стыдливо прикрываясь популяризацией и риторикой постмодерна. Рынок в его современном постмодернистском образе несет в себе мощный культуроразрушающий заряд.

В этом плане конвергенция и ее следствия становится просто находкой для рыночных медиа.

С другой стороны, очевидно, что парадигмальные изменения в информационно-коммуникативной сфере объективны и поэтому неизбежны.

Конвергенция стрессогенна для медиа. Однако от медиасообщества зависит, приведет ли она к стрессу, стимулирующему развитие или шоковому убийственному дистрессу, в результате которого журналистика просто перестанет существовать. В самой дигитализации уже обозначились пути разрешения этой

дилеммы — например, принцип «длинного хвоста»<sup>1</sup>, который обеспечивает право на существование элитарных, но низкорейтинговых культуртрегеров.

Явление медиаконвергенции достаточно сложно и требует рассмотрения в рамках общих экономических, технологических, профессиографических, культурологических и т.п. вопросов развития цивилизации.

### И швец, и жнец, и на дуде игрец

«Дигитализация, переход на цифру ведет к созданию объединенных (конвергированных) медиа и универсализации журналистской профессии. А значит конвергенция СМИ требует конвергенции методов их анализа...»<sup>2</sup> — пишет профессор В.Л. Цвик. Действительно необходимо формирование универсального журналиста, способного писать статьи, брать интервью, фотографировать, снимать видео, а затем осуществлять профессиональную предпечатную и предэфирную подготовку. К этим традиционным журналистским компетенциям необходимо добавить широкий спектр умений и навыков технического характера, а также понимание того, каким образом формируется цифровой контент, с помощью каких средств он транслируется в информационно-коммуникативные среды и как воспринимается пользователями. Все это требует развития не только гуманитарного и психологического, но и математического, и инженерно-конструкторского мышления. Последнее особенно важно для изданий, использующих интернет, а таковыми станут скоро все издания. Таким образом, медиаконвергенция есть процесс, существенно трансформирующий традиционные «модели специалиста» в сфере информационно-коммуникативной деятельности.

На наш взгляд, правильнее было бы говорить не об универсализме журналиста, а о транспрофессионализме. Процесс медиаконвергенции сопровождается еще одним цивилизационным явлением — третьей глобальной про-

<sup>1</sup> Концепцию «Длинный хвост» (англ. Long tail) впервые сформулировал Крис Андерсон в одноименной статье URL: [http://www.wired.com/wired/archive/12.10/tail.html?pg=1&topic=tail&topic\\_set=](http://www.wired.com/wired/archive/12.10/tail.html?pg=1&topic=tail&topic_set=). Например, статистика интернет-магазинов показывает, что товары «длинного хвоста», т.е. низкорейтинговые, редкие и малоизвестные, не представленные поэтому в обычном магазине, приносят основную долю прибыли. Это относится к книгам, музыке, кинофильмам и др. продуктам культуры.

<sup>2</sup> Цвик В.Л. О конвергенции в журналистской науке. Вестник электронных и печатных СМИ Выпуск № 10. URL: <http://www.vestnik.ipk.ru/index.php?id=1668>

фессиональной революцией<sup>3</sup>, которая порождает появление профессионалов нового типа — транспрофессионалов, отличительной особенностью которых является и способность к эффективной совместно-творческой деятельности.

П. Малиновский определяет базовые транспрофессиональные компетенции следующим образом: узкая специализация в какой-то профессии; способность к межпрофессиональной коммуникации; способность к трансдисциплинарному синтезу знаний; ориентация на сочетание фундаментальных исследований с практическим решением проблем; навыки командной работы; постоянное саморазвитие и самосовершенствование; вхождение в то, что получило название *community of GP actice* (профессиональные и транспрофессиональные сети)<sup>4</sup>.

Транспрофессионалы должны быть готовы свободно за счет своего мышления и способов организации своей деятельности работать в различных профессиональных средах. Комплексирование методов, средств и способов мышления и деятельности под конкретную проблемную ситуацию, не имеющую стандартных вариантов решения, — такова специфика транспрофессиональной работы. Ключевой процесс для третьей профессиональной революции — «кастомизация» (от англ. *customization*), когда ожидаемый результат проектируется совместно с заказчиком, учитывая его граничные условия<sup>5</sup>. Но это означает, что транспрофессионал должен быть готов выполнять функции предпринимателя и менеджера, а не только быть многосторонним техническим специалистом, способным осуществлять трансдисциплинарный синтез знаний.

Подчеркнем, что универсализм (транспрофессионализм) подразумевает высокую степень освоения чего-то одного. Ведь универсальный журналист прежде всего — специалист в какой-то конкретной профессиональной области. И это позволяет достаточно быстро осваивать смежные специальности. Ознакомительного и поверхностного всего-знания и всё-умения явно недостаточно для профессиональной работы. Это первый аргумент в пользу тезиса о том, что

<sup>3</sup> Термин «профессиональная революция» ввел британский социальный историк Г. Перкин. Им же выделены три глобальных профессиональных революции. См. Perkin G. *The third revolution: GP ofessional society in international perspective*. L., 1996.

<sup>4</sup> См.: Малиновский П. Вызовы глобальной профессиональной революции на рубеже тысячелетий // Российское экспертное обозрение. 2007. №3 (21).

<sup>5</sup> См.: Управление персоналом: Учебник для вузов / Под ред. Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина. М., 2002.

универсализация сопровождается равномошным процессом специализации, а конвергенция — равномошным процессом дивергенции. Поэтому с созданием конвергентных редакций спешить не следует.

### Слои конвергенции

Термин «конвергенция» происходит от лат. *convergo* — «сближаю». Процессуально сближение (взаимопроникновение, взаимодействие, согласование и т.п.) происходит сразу в нескольких плоскостях (слоях), отличающихся масштабом протекания процесса в медиаотрасли. На нижнем базовом, уровне лежит конвергенция технических устройств (гаджетов), используемых журналистами для сбора и обработки материала. Далее следует слой конвергенции профессионализма, поскольку новые дигитальные устройства не только требуют дополнительных компетенций, но и задают конвергентные форматы предоставления контента. Конвергентный контент создает предпосылки для взаимодействия и взаимопроникновения уже на уровне компонентов системы СМИ (слой конвергенции элементов системы СМИ), что, в свою очередь, обуславливает конвергенцию медиа в целом (слой конвергенции медиа).

### Слой конвергенции технических устройств

Традиционное представление о репортере прочно связано с блокнотом, лейкой, а позже с микрофоном и пристроенной на плечо телекамерой с волочащимися сзади проводами. Однако сегодня все это умещается в нагрудном кармане и доступно не только профессионалам. Иными словами, очевиден процесс соединения в одном устройстве всех необходимых для репортажа инструментов: микрофона, фотоаппарата, видеокамеры, пишущей машинки, а также средств связи, с помощью которых репортаж может быть отправлен в редакцию в режиме онлайн; реально даже организовать прямую трансляцию с места события.

Линейка подобных гаджетов сегодня весьма разнообразна: мобильные телефоны со встроенной видео- и фотокамерой и микрофоном, так называемые камерфоны — те же телефоны, только с улучшенным разрешением камеры (до 14 мегапикселей на дюйм), смартфоны — фактически карманные компьютеры с дополнительной возможностью вводить текст и публиковать его в интернете,

планшетники — мобильные, но достаточно мощные компьютеры, снабженные и камерой, и микрофоном, а также связью, позволяющие осуществлять оперативное редактирование не только текста, но и графики, аудио, видео.

Вот пример рядового гаджета: планшетный ПК Motorola Xoom на ОС Android, процессор Tegra 2 на базе двухядерного 1 ГГц процессора поддерживает запись и воспроизведение видео в формате 3D, Wi-Fi, а также скоростную сеть HSPA+ (до 21 Мбит/с). Сенсорный дисплей с диагональю 8.9 дюйма и разрешением 720 p, HDMI-выход, фронтальная камера для видеосвязи, две 5-мегапиксельные стереоскопических камеры, способные снимать видео и фото как в 2D, так и в 3D и оснащены светодиодной вспышкой, 32 Гб встроенной памяти, гироскоп, акселерометр, сенсор освещения. Перечисленный функционал — сегодня почти стандарт, который впоследствии будет только расширяться и совершенствоваться.

Кроме указанных универсальных устройств достаточно быстро развиваются специальные устройства: цифровые диктофоны, фото и видеокamеры, характеристики которых уже превысили свои аналоговые прототипы. Весьма вероятно, что профессиональные устройства записи аудио и видео будут снабжаться системами связи.

Вместе с тем следует заметить: мы далеки от мысли приравнивать мобильные телефоны и профессиональные телекамеры. Однако фиксация событий с помощью мобилников уже породила новый журналистский жанр — «мобильный репортаж», который готовится с помощью очевидцев, случайно оказавшихся на месте события. Его фактичность по значимости перевешивает недостатки качества картинки. Следует упомянуть и такой коммуникативный сервис как твиттер. Можно спорить, являются ли размещаемые в нем тексты журналистским контентом, но, бесспорно, то, что твиттер уже стал действенным средством массовой информации, что показали, например, события после теракта в Домодедово, а также на Манежной площади в Москве.

## Слой конвергенции профессионализма

В этом слое происходит взаимопроникновение компетенций, присущих различным видам профессиональной журналистской деятельности. «Пишущие»

журналисты приобретают компетенции «снимающих» и так далее, по всему профессиональному полю.

Техническая вооруженность журналистов сегодня существенно расширяет возможности подготовки материала, упрощает и ускоряет этот процесс. Причем для работы с современными гаджетами уже не требуется специальная подготовка — они намного проще в использовании. Следовательно, с одной стороны — предпосылки для универсализации действительно складываются, но с другой, искусство фоторепортера, например, вовсе не сводится к умению наводить на фокус и щелкать затвором — ведь главное поймать мгновение и выбрать правильный ракурс. Т.е. рутинные технические навыки отходят на второй план, освобождая место творчеству. Вот почему об универсальном журналисте можно говорить только с определенными ограничениями. Далеко не все обладают равными способностями к видению, писанию, интервьюированию и т.п.

Универсализация как тенденция будет парадоксальным образом стимулировать специализацию.

Конвергенция гаджетов порождает дивергенцию контента. Действительно, и мобильные телефоны, и смартфоны, и планшетники, а также настольные компьютеры — продукция массового потребления. Используются они в этом качестве не столько для фиксации событий, сколько для их отображения как носители информации вместе с газетными полосами и телевизионными экранами. Каждое из новых технических средств имеет свои технические и психологические особенности, задающие оптимальные форматы транслируемого материала. Отсюда возникает потребность в том, чтобы специально готовить материал для каждого из носителей, и, следовательно, пришло время возвращения соответствующих специалистов. Таким образом и в этом случае универсализация порождает необходимость специализации.

Есть необходимость усиления специфичных свойств различных ипостасей журнализма с учетом того, что их появляется все больше. Если говорить о печати, то ее будущее во многом зависит от того, насколько в условиях конвергенции реализуются ее специфические родовые свойства: фактологичность и документальность (история современности); аналитичность и прогностичность; актуальность и событийность; социальное позиционирование и релевантность (соответствие запросам целевой аудитории); экспрессивность и эмоциональность.

Многое из перечисленного унаследовано интернет-журналистикой, правда, в преобразованном виде. Фактологичность в ней может быть обеспечена вне рамок исходного текста, а посредством гипертекстовых связей с другими текстами. Аналитичность дополняется включением прямого интерактивного диалога и т.п. Интернет-журналистику таким образом можно рассматривать как расширение газетной журналистики (как, впрочем, и как расширение радио- и теле- журналистики). Это означает, что газета, чтобы успешно конкурировать с интернетом, обязана продемонстрировать преимущества размещения смысла в ограниченном текстовом пространстве по отношению к безбрежности интернета. В этом плане отношение газеты и интернета подобны отношению поэзии и прозы. Интернет-расширение журналистики заставляет определять новые границы газетно-журнальной журналистики, фактически вырабатывать новые каноны, которые должны способствовать, с одной стороны, более жестким правилам конструирования текста, а с другой — развёртыванию творческого потенциала журналистов. Газета как составная часть системы СМИ по своей природе ограничена необходимостью использовать общепонятные и общепотребительные стилеобразующие средства и избегать искусственно усложненных вариантов сюжетопостроения.

Сегодня, можно с уверенностью прогнозировать, что с развитием парка планшетников и всевозможных читалок газета сможет существовать как минимум в двух формах: традиционной бумажной и электронной, приспособленной для чтения на компьютере. Очевидно, это будут две разные газеты, причем первая (бумажная), вероятнее всего, займет элитарный сектор медиарынка, а вторая станет массовой. Подобное произойдет достаточно быстро, и к этому нужно готовиться.

Монологичная парадигма газетной журналистики, связанная со свойствами канала распространения информации и лишенная возможности налаживания симультанной обратной связи, проигрывает коммуникативной, диалоговой парадигме интернет-журналистики. Однако газета может найти свои конкурентные преимущества, если сумеет в новых условиях реализовать свою родовую специфику: аналитичность, достоверность, высокую культуру языка и стиля. Иными словами, газета должна стать эталоном журналистского контента, что, вероятно, всегда будет проблематичным для интернет-журналистики в силу ее принципиально нетабуированного «народного» характера. Скорее всего, га-

зета будет дрейфовать от явления масскультуры к явлению элитарной культуры со всеми вытекающими отсюда последствиями. В противном случае она просто не выживет.

То, что здесь было сказано о газете, можно с тем же успехом сказать и о радио, и о телевидении. Возможность смотреть телепередачи по мобильному телефону, например, должна была бы заставить телевизионщиков задуматься об адаптации телевизионного формата к маленькому экрану, что, надеемся, и будет происходить в ближайшее время.

### Слой конвергенции компонентов системы СМИ

«История свидетельствует, что, делая первые шаги, радиовещание приступило к выполнению этих задач (задач СМИ. — А.К.) как средство озвучивания материалов печати и только потом открыло собственные выразительные возможности и жанры. Аналогичный путь прошло в своем развитии и телевидение, но оно опиралось уже на опыт не только печати, но и радио ... рождалась единая, целостная система ... ни одно из вновь появившихся средств информации не вытесняло, не заменяло уже имеющиеся, а дополняло их, становясь гигантским ускорителем дальнейшего их совершенствования и развития»<sup>6</sup>. И так, во-первых, новое СМИ проходит путь от копирования предыдущих по времени возникновения СМИ до обретения собственного образа в стилевом и жанровом смысле; во-вторых, инновационный процесс сопровождается конвергентным процессом; и в-третьих, разнородные СМИ складываются в единую систему, взаимодействие (конвергенция) в которой является необходимым атрибутом системности.

Можно считать, что именно В.С. Хелемендиком<sup>7</sup> впервые в отечественной науке был применен системный подход к журналистике. Впоследствии этот

<sup>6</sup> Хелемендик В. С. Союз пера, микрофона и телекамеры (Опыт системного исследования). М., 1977. С.33.

<sup>7</sup> Можно считать первой работой на эту тему статью В.С. Хелемендика: Проблемы координации и взаимодействия массовых средств пропаганды // Вопросы теории и практики массовых средств пропаганды. М., 1969, вып. 2. Затем вышла его же монография: Союз пера, микрофона и телекамеры... См.: также работу: Хелемендик В.С. Некоторые проблемы взаимодействия СМИ. Ретроспективный взгляд // Отечественное телевидение: традиции и новаторство. Ч. 3. М., 2006.

подход активно разрабатывался многими отечественными учеными: Е. А. Корниловым, А. Л. Реснянской, М. В. Шкондиным и др.<sup>8</sup>

Сегодня система СМИ представляет собой единство уже четырех компонентов: печать, радио, телевидение, интернет. Конвергенция в ней подразумевает соединение и объединение в одном издании различных способов донесения контента до потребителя, т.е. появление гиперизданий включающих различные комбинации: газета + интернет, телевидение + газета + интернет и т.п. Интернет здесь является основным локомотивом конвергентных процессов и одновременно плацдармом, на котором они разворачиваются. Подобное взаимодействие может достигать синергийного эффекта, умножающего энергии входящих в подобные альянсы компонентов системы СМИ, но может нивелировать и выравнивать средства выражения до их неразличимости, ослабляя степень воздействия на аудитории.

Все зависит от того, насколько удерживаются в рамках своей специфики текстовые (газета и журнал), визуальные (телевидение), аудиальные (радио) и интерактивные гипертекстовые (интернет) форматы и насколько умело редакции трансформируют контент для различных видов СМИ.

Вот почему, если газета, например, решит создать свою интернет-версию, ей необходимо создать для нее отдельную редакцию. Вывешивание газеты в интернете как есть да еще в pdf-формате интернет-версией газеты не является, а только ухудшает ее положение на медиарынке. Напротив, запуск отдельного интернет-проекта позволяет расширить тематику, установить контакт с читателями, расширить авторский пул, создать виртуальный клуб читателей газеты и т.п. В таком случае отпечатанные на бумаге литеры и они же в своей электронной форме, переключаясь, будут поддерживать и усиливать друг друга.

Конечно, все это требует взращивания нового поколения профессионалов, хорошо знающих специфику входящих в мегамедийные конструкции компонент и одновременно способных к переформатированию контента в соответствии с требованиями новых медийных платформ. Речь идет вовсе не о копи-

---

<sup>8</sup> См.: Корнилов Е.А. Проблемы применения системного подхода к изучению журналистики // Методы исследования журналистики. Ростов-н/Д., 1984; Реснянская А.Л. Особенности процесса формирования системы современной периодики. М., 1996; Шкондин М.В. Система средств массовой информации (Основы организации и характер структурной трансформации в условиях реформирования общества). М., 2000.

пейте и рерайте, а о творческой переработке исходного содержания для разных каналов так, чтобы можно было воспользоваться всеми их преимуществами и сильными сторонами.

Таким образом, и в этом слое конвергентные процессы сопровождаются равномошными дивергентными.

### Слой конвергенции медиа

Существует и еще один покрывающий слой конвергенции, поскольку медиа уже нельзя понимать только как сферу журналистской деятельности, только как СМИ. Пример — споры о том, что такое коммуникативистика, коммуникатология, медиология<sup>9</sup>. Первую как раз и стоит ограничить теорией и практикой журналистики. Вторая и третья претендуют на охват социально-коммуникативных процессов в целом, в том числе и на теоретико-методологическом философском уровне.

Все коммуникативные процессы регулируются множеством как вновь сформированных, так и ранее сформировавшихся профессиональных сред. Это и политика, и образование, и маркетинг, и реклама, и связи с общественностью, и управление человеческими ресурсами, т.е. все те виды человеческой деятельности, в которых основную роль играет эффективная коммуникация: политическая, образовательная, маркетинговая, производственная и т.п. Журналистика не может оставаться вне этих сфер деятельности, выступая по отношению к ним и как средство коммуникации, и как ее полноценный участник, и даже как ее инициатор и менеджер. Сегодня это вызывает вполне объяснимое цеховое беспокойство, поскольку то и дело возникает необходимость отграничивать журнализм от PR или от политики. В самом деле, если журналист хвалит или же критикует какого-то политического деятеля, это — возвышение/снижение его имиджа или беспристрастный журналистский анализ? Ответить на такие вопросы бывает очень непросто, более того, характерным признаком нашего времени становится появление все большего количества научных работ, позиционирующихся в пограничных областях различных коммуникативных практик.

<sup>9</sup> См.: Дебрэ Р. Введение в медиологию / Пер. с франц. — М., 2010.

Следовательно, вполне можно говорить о конвергенции разнородных коммуникативных практик как об объективном процессе и как об отличительном свойстве информационного общества и как о свойстве, органически присутствующем системе массовых коммуникаций (СМК). В этой связи можно констатировать формирование «новой информационно-коммуникативной парадигмы медиа»<sup>10</sup>, которая характеризуется: расширением медийного пространства за счет использования нежурналистских носителей информации и технологий (средств ПР, рекламы, маркетинга); слиянием коммуникативных практик, прежде всего журналистики и ПР; согласованием информационных политик самостоятельных игроков рынка, отдельных СМИ (как предприятий) и производителей продукции иного рода — корпораций, промышленных предприятий, учреждений науки и образования и т.п.

Речь идет и о том, что журналист на практике нередко включается в решение задач, скорее свойственных пиару, рекламе, маркетингу и т.п., чем журналистике, и о том, что эти задачи решаются в рамках взаимодействия СМИ с предприятиями иного профиля. Подобное сближение различных медиапрактик требует все более четкого профессионального разграничения.

Соприкасаясь с несвойственными задачами и способами их решения, журналист по необходимости обращается к другим специалистам по коммуникациям, и от того, как он сможет усвоить и проинтерпретировать их опыт, зависит в конечном счете его успешность на новом поприще. Однако при этом очевидна опасность потери профессиональной идентичности. Журналист, обладающий профессиональной рефлексией, или попросту — совестью, иногда останавливается, чтобы понять: туда ли он попал, его ли это дело. В этой ситуации ответ «нет» оказывается, быть может, более значимым, чем ответ «да». Сказанное относится не только к отдельным журналистам, но и вообще к субъектам медиа: редакциям, изданиям, отрасли в целом.

Итак, конвергенция во всех описанных выше слоях — процесс обмена знаниями, опытом, формами организации деятельности, целевыми установками и т.п. Этот процесс носил бы исключительно нивелирующий и разрушающий специфику деятельности газетчиков, теле- и радиожурналистов характер, если

---

<sup>10</sup> См.: Коханова А.А., Калмыков А.А., Штепа В.И. Информационно-коммуникативная парадигма (на примере научной журналистики). Монография. М. 2008.

бы не сопровождался обратным, объективно востребованным дивергентным процессом профессиональной идентификации. В этот процесс не может не включиться система профессиональной подготовки журналистов, чего на сегодняшний день, к сожалению, практически не наблюдается.

## Медиа — гипермедиа — трансмедиа

Приведенный обзор конвергентных и дивергентных процессов в медиаотрасли был бы неполным без упоминания о трансформациях медиаландшафта в целом. Четырехкомпонентная система СМИ может быть рассмотрена и несколько в ином ракурсе — по степени интеграции медиа и коммуникативных технологий.

Если ограничиться журналистской подсистемой медиа, то можно выделить следующие типы современных СМИ:

1. **Медиа** — достаточно локализованные издания, работающие в зоне одной из составных частей системы СМИ — печати, радио, телевидения, интернета. Это примерно то, что подразумевается под термином «традиционные СМИ». Конвергентные процессы здесь проходят в пределах первого и второго описанных выше слоев.
2. **Гипермедиа** — издания, использующие одновременно различные средства доставки контента (например, оффлайновая и онлайн-газета). Именно их чаще всего называют конвергентными. Соответственно, конвергентные процессы здесь реализуются в первом, втором и в третьем слоях.
3. **Трансмедиа** — новые медиа, относительно которых не утихают споры: можно ли их считать СМИ, или нет. Это прежде всего, социальные сети, контент которых, во-первых, не информативный, а коммуникативный, во-вторых, он формируется не редакцией, а пользователями. Выход трансмедиа-ресурсов из ограниченного поля профессиональной журналистики обусловлен также расширением их функций за счет решения широкого спектра немедийных задач. Имеется в виду прямое участие социальных сетей в бизнесе, в политике, в образовании и т.п. Трансмедиа выводят не только журналистику, но и медиа в целом за свои границы. Соответственно конвергентные процессы здесь активно

разворачиваются во всех слоях, создавая почву для выбросов конвергентных протуберанцев во внешнюю немедийную реальность.

Мы являемся свидетелями глобальной системной перестройки информационно-коммуникативной сферы общественной деятельности. Этот процесс противоречив, сложен и многослоен. Теоретическое осмысление его в целом пока что проблематично хотя бы по той причине, что скорость изменений превышает скорость теоретико-методологической рефлексии. Очевидно также, что скорость изменений будет только возрастать. В этой ситуации остается фиксировать происходящие фрагментарные трансформации, пытаясь приспособиться к будущему.

*2012*

## Политика знания в поле медиа

Информационно-коммуникативное поле медиа фактически является отражением актуальной социальной реальности, значительное место в которой занимают объекты, созданные политикой или связанные с ней. Сегодня можно утверждать, что политическая реальность наиболее быстрым и адекватным образом отражается в медиа-контенте. Речь идет не столько о содержании контента, а сколько о его структуре. Структурные изменения поля политики требуют соответствующих структурных изменений медийных производств и продуктов. Те СМИ, которые не успевают отреагировать на это, попадают в кризисную ситуацию, теряют популярность, а затем и завершают свое существование.

Сегодня структурной перестройки политической реальности, причем глобального характера. Э. Тофлер выделил три составляющие власти: силу, деньги, знания и предсказал усиление знаниевого компонента политического инструментария. А не кто иной, как Уинстон Черчилль, сказал, что империи будущего — это империи интеллекта. Похоже, действительно наступает эпоха политики эпистемического характера. Однако доминирование знания во власти постулировалось всеми утопиями. Так что незачем вновь возводить его на пьедестал, а нужно внимательно присмотреться к его структуре.

Еще у Платона идеальное государство правилось знанием, поскольку во главе его должны были стоять философы — созерцатели чистых и вечных идей. Превосходство мудрости над иными человеческими качествами, приписываемыми властителям, становилось общей чертой всех утопических конструкций

государственности. Политическое в утопиях выводилось из эпистемического, однако при попытках практической реализации этот принцип быстро трансформировался в голую рациональность. Поэтому гротеск рационального нашел свое яркое отражение в многочисленных антиутопиях. В этой связи вызывает интерес переход от разумного к рациональному вплоть до постулирования их тождественности, что не только имело художественное выражение в антиутопиях, но и было осуществлено на практике в социально-политических конструкциях XX века.

Например, рационализм в плане ориентации на практическую социальную пользу совершенно очевиден в программе государственного строительства Ленина. Читая его работы, трудно избавиться от ощущения, что большевики проповедовали создание линейного мира, где все будет, наконец, просто и ясно. В таком случае политика становилась фильтром понимания актуальной социальной реальности как того, что полностью подчиняется простым логическим законам. Стало быть, знающий их получает привилегии власти, а поскольку властью необходимо делиться с ее исполнителями, которые «университетов не кончали», эти логические законы должны формулироваться и интерпретироваться как можно более примитивнее. Следовательно, допустима только одна логика, только одна философия, только одна теория, только одно искусство и только один образ жизни.

В этой связи становится понятным парадокс сочетания рафинированного рационализма с откровенным воинствующим антиинтеллектуализмом, который, подобно узнику из платоновской пещеры, скорее «подумает, будто гораздо больше правды в том, что он видел раньше (лишь тени идей и истин, а не сами идеи и истины, поскольку они не доступны чувственному восприятию), чем в том, что ему показывают теперь?...»<sup>1</sup>.

Обращение к теме утопических моделей государственности и политики, как теоретических, так и реализованных на практике, продиктовано тем обстоятельством, что логика развития цивилизации вновь приводит нас к вопросу отношений знания и власти, мудрости и политики.

Глобальный системный кризис — это не только кризис перепроизводства денег, но и всех ценностей рынка символического обмена. Он непременно дол-

---

<sup>1</sup> Платон. Государство. Книга 7: Диалог между Сократом и Главконом.

жен затронуть и способы политической деятельности, типы и формы реализации власти, а значит и способы производства самих медиа. В такие периоды как раз и возникают различного рода проекты нового мирового порядка, апробируются прогнозы политического и экономического мироустройства. Что мы, кстати, и наблюдаем на современном политическом поле России после выборов 4-го декабря. Симптоматично, что газеты, радио, телевидение за последние недели резко потеряли свой рейтинг, а интернет, напротив — приобрел. Произошло это вовсе не из-за замалчивания острых фактов, неполноты информирования и недостаточной оперативности, а из-за того, что журналистские интернет-ресурсы оказались более адекватными новой политической реальности.

Приходится признать, что эпоха силы как основного инструмента власти завершается, так же как и эпоха денег. Однако остается неясным, какие формы примет власть знания, не сведется ли все вновь к рациональности, или будет существовать в более современной коммуникативной форме. Первое — более чем вероятно. Не получим ли мы опять политическую косность, которая, по мнению Х. Ортеги-и-Гассета<sup>2</sup>, происходит из более глубокой сущностной косности — интеллектуальной и нравственной. Все это никакого отношения к царству справедливости, как в идеальном государстве, конечно же, не имеет.

Поскольку «денежный» рыночный взгляд на политику до конца пока не исчерпан, в целях нашего анализа допустимо посмотреть на политическое и неполитическое именно с этой точки зрения. Тогда политика предстает некоторой социальной корпорацией, производящей политические продукты и оказывающей политические услуги остальной части общества, занятой своим делом.

Политический продукт заключается в обеспечении безопасности, развития и порядка. А его производство сводится к превращению различных объектов — идей, ценностей, людей и даже вещей — в объекты политической природы. Так, политическими объектами становятся теории, территории, этносы, города и товары первой необходимости. При этом то, что пока не стало политическим, рассматривается политикой как ее потенциальный ресурс. Переформатирование неполитического в политическое — основной механизм деятельности политических сил, которые всегда стремятся к расширению.

---

<sup>2</sup> См.: Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс / Пер. с исп. А.М. Гелескула, С.А. Воробьева. М., 1991.

В предельном случае мы получаем тоталитарный режим, в котором любому действию и даже любому предмету материального мира придается политический смысл. С другой стороны, тоталитаризм неизбежно исчерпывает источник «сырья» для производства политических продуктов и по этой причине рано или поздно прекращает свое существование.

В этом противоречии и заключается основная системная погрешность утопических конструкций. Даже у Платона идеальное государство оказывается вполне тоталитарным, поскольку призвано контролировать все базовые сферы человеческой жизни. Оно не только должно обладать силой сдерживания и отражения враждебного окружения и обеспечивать общество материальными благами, но и руководить духовной деятельностью и творчеством, что, по мнению философа, обеспечит возведение идеи блага до высшей правящей миром идеи. Иными словами, неполитического в идеальном государстве просто не остается, стало быть, и политика там тоже отсутствует.

Обратный процесс — поглощение политического неполитическим — хорошо известен. В истории России он называется смутой. Абсолютизация частных и общественных интересов при девальвации политических интересов также ведет к обесцениванию и того и другого.

Эти крайние случаи показывают, что между сферой политического и неполитического идет постоянная конкурентная борьба, которая и поддерживает необходимый баланс. Война проходит по границе сфер влияния частных субъектов (индивидуумов и сообществ), с одной стороны, и политических субъектов — с другой. Оружием в этой войне, равно как и средством превращения политического в неполитическое и наоборот, являются все те же сила, деньги, знание.

Мощность и качество этих средств различны. Э. Тофлер считает, что слабость силы кроется в ее абсолютной негибкости, и поэтому власть через насилие — низкокачественная власть<sup>3</sup>. Богатство как инструмент власти значительно многостороннее, поскольку может использоваться и в позитивном, и в негативном плане, — это власть среднего качества.

---

<sup>3</sup> См.: Тофлер М. Метаморфозы власти: Знание, богатство и сила на пороге XXI в. М., 2003.

Высшую оценку (самая высококачественная власть) Тофлер дает применению знаний как наиболее гибкому, позитивному и легко конвертируемому в другие средства (силу и богатство) инструменту.

Таким образом, победу в конкурентной борьбе между политическими и неполитическими сферами социальности в исторической перспективе одержит тот, кто более вооружен высококачественным инструментом, т. е. знанием, и кто лучше им владеет.

В этой связи нельзя не обратить внимание на лавинообразный процесс самоорганизации сообществ, происходящий в телекоммуникационном пространстве, и на тот факт, что многие политики начали активно использовать телекоммуникации в политических целях.

Например, Барак Обама профессионально использовал этот инструмент на президентских выборах, что значительно предопределило их результат. Его штаб использовал даже такой новейший инструмент, как вирусная реклама, в целях распространения агитационных роликов. Следует отметить и официальный сайт Обамы, который, по мнению экспертов, можно считать образцом предвыборного интернет-ресурса. Интересно, что этот сайт был создан одним из авторов технологии Web 2.0, программистом Крисом Хьюзом. В полном соответствии с последними тенденциям разработчики снабдили ресурс ссылками на 16 крупнейших в США социальных сетей, среди которых MySpace, Flickr, LinkedIn, а также разместили на нем чат, систему онлайн-пожертвований и интернет-магазин с символикой кандидата. Характерно, что уже после избрания Барак Обама пообещал, что во время своей работы в Белом доме сделает все для развития американской инфраструктуры и распространения высокоскоростного доступа в интернет.

То, что средства коммуникации используются политиками, — не самое главное. Дело в том, что это не только средства коммуникации, а своего рода лаборатория, полигон, среда, где возвращаются иные формы социальности и иные форматы представления знания. Осмыслению этого факта больше всего способствовало не только появление новой версии сети WEB 2.0, но и сам факт признания ее версильности, т. е. перманентного эволюционирования отношения к контенту, пользователю и управлению всем этим. Сеть действительно начала приближаться к тому, чем она должна быть согласно своей топологии, более того, она приобрела способность менять структуру взаимоотношений

вне самой себя. Топология сети, а именно она задает форматы общения и представления знаний, появилась задолго до интернета. Прообразом ее можно считать гипертекстовое устройство для хранения информации Ванневара Буша: «Представим будущее возможное устройство, которое помогает человеку хранить все его книжки, все его записи и все его коммуникации с другими людьми. <...> Когда пользователь строит ассоциативную цепочку между двумя документами, то он записывает название цепочки в книгу кодов. Сохраненные цепочки могут быть доступны пользователю в любое время. Они образуют совершенно новую книгу. <...> Возникают совершенно новые формы энциклопедий, которые содержат цепочки документов. <...> Возникает новая профессия проходчиков виртуальных троп (trail blazers), людей, которые находят удовольствие в создании и построении полезных путей сквозь массу обычных данных»<sup>4</sup>.

Похоже, что от того, кто будет контролировать функцию trail blazers, зависит отношение политического к социальному и индивидуальному в будущем обществе. Иными словами, журналистам пора осваивать новую профессию — проводителей по ноосфере.

Еще дальше в формулировке принципов сетевой организации информации пошел Тед Нельсон, проектируя создание единой литературной среды на базе гипертекстовой машины «Ксанаду» (Xanadu) — по имени «волшебного места, хранимого в литературной памяти»<sup>5</sup>. (название было заимствовано из поэмы С.Т. Кольриджа «Кубла Хан»). «Ксанаду» была представлена в книге Нельсона «Literary Machines». Свои цели Нельсон описывает следующим образом: «Руководствуясь идеями, характер которых литературный, а не технический, мы создали систему для хранения и поиска текста, в котором введены взаимосвязи я «окна» Наша фундаментальная единица, документ, может иметь «окна» на любые другие документы.

«Информационное тело» системы эволюционирует, непрерывно расширяясь без изменения своей основы. Новые связи и новые «окна» постоянно добавляют новые пути доступа к старому материалу»<sup>6</sup>.

<sup>4</sup> Buck Y. As we may think // Atlantic Monthly. Vol. 176. № 1. 1945. P. 101-108.

<sup>5</sup> Фрейбергер П., Свейн М. Пожар в долине: История создания персональных компьютеров. М., 2000; Частиков А.Л. Архитекторы компьютерного мира. СПб., 2002.

<sup>6</sup> См.: Nelson T. Literary machines. Sausalito, CA: Mindful PIP ess, 1993.

Окна здесь — не что иное, как гиперссылки на другие фрагменты сети, которые отражают проход в иное смысловое пространство. Совокупность этих смысловых пространств и есть современная социальная и политическая реальность. Сеть является наглядной демонстрацией полионтичности реальности, политически управлять которой с помощью вульгарно-рационалистических схем оказывается принципиально невозможным.

Все это нашло техническое воплощение в WEB 2.0. Причем одним из ключевых системоформирующих моментов идеологии второй версии стал принцип социальности.

В узком смысле это обеспечение условий для активного взаимодействия и образования сообществ. Однако простота, скорость их создания, а также качество общения, которое может быть в них достигнуто, заставляют предположить, что произошел качественный скачок в самоорганизации людей, осуществляющейся в принципиально более многообразном и многомерном коммуникативном пространстве, чем это было в оффлайне.

Причем социальные сети унаследовали форматы общения и формы социальности, выработанные еще в ньюсах — телеконференциях юзнет, а впоследствии в чатах, форумах, блогах. Этому процессу без малого тридцать лет, так что можно говорить об устоявшихся здесь тенденциях.

Социальные сети можно рассматривать как форму отражения или рефлексии индивидуума (виртуального Я или соби) в форме узла связи сети, а саму сеть — как плацдарм реализации коммуникативных компетенций соби.

Это полностью совпадает с распространенной дефиницией личности в социологии как индивидуума в общественных отношениях и с психологическим определением человека как канала связи с ограниченной пропускной способностью. Однако эти дефиниции достаточно упрощенные. Соби, очевидно, будет транслироваться в посюсторонний от экрана мир, приводя к появлению уже в нем гиперсоциальных и транссоциальных конструкций.

Новым является также тенденция персонализации сетевых собей. Если раньше доминирующим фактом сетевого общения были анонимность и многониковость, то сегодня участие в таких сетях, как, например, «Одноклассники», требует снятия масок. Многониковость и анонимность, впрочем, по-прежнему остаются, расщепляя целостный сетевой самообраз.

Актуализируется и вопрос о том, наследует ли оффлайновая социальность сетевые форматы общения и организации или, напротив, сеть наследует то, что находится вовне. Упомянувшиеся выше «Одноклассники» в силу специфики принципов организации сообществ скорее ориентированы на перенос внесетевых норм и отношений в сеть. Но усиливается и обратный процесс — формирование в сети автономных ценностей, норм и отношений и присвоение их внесетевым социумом. Следовательно, сеть демонстрирует качество социогенности, т. е. формирования новых социальных субъектов, которые потенциально являются и политическими субъектами.

В целом уже сегодня можно наблюдать целый ряд новых феноменов «информационного тела» социума, среди которых: политическая субъектность индивидуумов и сообществ, интерактивность сетевого взаимодействия, гипертекстовость представления знания и коммуникативных структур, аутопойэзис эпистемы политической активности.

**Субъектность сетевых сообществ** задает новую целевую установку для политической деятельности, поскольку теперь элементом электората становится сетевая сеть, т. е. суперпозиция сетевых связей как в отношении каждого пользователя, так и в отношении сообщества. Ясно, что объем электората при этом резко увеличивается. Одновременно увеличивается сложность анализа и прогнозирования политических предпочтений.

В этой связи важно констатировать значимость прежде всего коммуникативных компетенций как в сети, так и вне ее и, с другой стороны, устойчивость к стереотипам сетевых отношений. Причем коммуникативная составляющая может быть подвергнута числовой обработке и визуализации в реальном времени — а это еще один инструмент политического пиара.

**Интерактивность сетевого взаимодействия**, под которой в данном случае подразумевается потенциал совместного творческого участия новых социальных субъектов в политических процессах. По сути, политическая активность населения проявляется в специальных случаях: выборах, каких-то протестных акциях, революциях и т. п. Между этими событиями участие обывателя в политике ограничивается кухонными обсуждениями, т. е. формированием настроений и мнений. И в том, и в другом случае обыватель не становится субъектом, а остается объектом политического действия.

Совершенно иначе может проявиться сетевая сеть, которая включается в политические процессы в реальном времени, участвуя в обсуждении программ и концепций политических партий, создавая контент интернет-СМИ, формируя и распространяя мнения относительно тех или иных политиков и идей и, наконец, организуя акции в оффлайновой социальности. Это то, что происходит уже сейчас, однако можно себе представить и непосредственное участие сетевой общественности в государственном управлении, если, конечно, власть готова будет отказаться от части своего господства. Последнее будет означать принципиально иной, пока еще нигде не опробованный, но весьма перспективный способ государственного управления, позволяющий перепоручать решения задач именно тем людям, которые окажутся наиболее компетентными для их решения. Это будет уже политика WEB 3.0.

В таком случае политическая реальность становится результатом коллективной сетевой коммуникации и сотворяется интерактивностью ее участников. Предмет политической деятельности становится предметом изучения и конструирования, что в результате приводит к наращиванию «знаний» компонента политики. Интерактивность распространяется и на субъектов политического процесса, которые также превращаются в объект конструирования.

**Гипертекстовость современных форм представления знания** предъявляет к политике, для которой знание является основной силой, множество новых требований, связанных со специфическими свойствами гипертекста. В гипертексте все связано со всем: нет ни верхнего, ни нижнего, ни главного, ни второстепенного, ни правого, ни левого, ни большого, ни малого. Он эклектичен, плюралистичен, с разрушенными каузальными отношениями, утраченными ориентирами, в том числе и пространственно-временными и т. п. Короче говоря, объект, более не приспособленный для политики, трудно себе представить. Вместе с тем новые политические субъекты именно в нем и порождены. Да и политика, с эпистемологической точки зрения, все более приобретает гипертекстуальные свойства. Например, сама идея однополярного мира независимо от того, будет ли гегемоном какое-то государство или какое-то тайное или явное мировое правительство, системно противоречит топологии гипертекста и поэтому обречена на забвение.

**Аутопойэзис эпистемы политической активности.** Актуален вопрос: моделирует ли политический процесс и в самом деле эпистемологическое сообщество, в котором происходит не только трансляция, но и порождение знания, причем таким образом, что следующий цикл разворачивается на новом знаниемом плацдарме (эпистеме) или нет? Получается так, что современная политическая эпистема предполагает мышление самопроизводящимися (аутопойэзис [8]) синергийными структурами.

К перечисленным факторам следует добавить и целый ряд свойств, диктуемых технологиями WEB 2.0, а впоследствии и WEB X.X.

Этот процесс, конечно, совершается не сам по себе и не только вследствие очередного технологического прорыва, а связан с глобальными социальными изменениями. Можно предположить, что этап цивилизационного развития, именуемый как «постиндустриальное общество» или «общество потребления», завершается.

На смену ему приходит какая-то другая форма социального взаимодействия (по моему определению — *юзер-общество*), в основе которой будет повышение ценности права не потребления, а производства информации, равно как права не потребления, а производства товаров и услуг. В связи с этим весьма вероятно появление рынков, на которых будут обмениваться образы прав производства продукта, а в этом и будет суть политики.

Для потребителя задача политики — обеспечение устойчивости уровня потребления, сама же политика как предмет потребления — не более чем прогноз погоды на завтра. Для политики потребитель — средство решения политических задач.

Иная ситуация с юзером. Политику он рассматривает не как средство или условие, а как инструмент, с помощью которого он сможет сделать что-то другое, политическое или неполитическое — значения не имеет. Важно, что юзер будет стремиться «поругать», т. е. поучаствовать в реальном политическом процессе, и та политика, которая не предоставит ему такой возможности, в юзер-социуме не будет успешной. Иждивенческая позиция потребителя для юзера неприемлема.

Возвращаясь к последним событиям в России и мире, трудно не увидеть, что основным движущим мотивом протестных движений было непризнание властью права индивидуумов и сообществ быть причастными политическому

полю, праву участия в принятии решений и т.п. Вот почему так много на митингах было людей, не идентифицирующих себя с какой-либо партией, не принадлежащих к маргинальным группам и относящихся скорее к благополучному среднему классу, чем к обездоленному пролетариату.

Вышесказанное позволяет обозначить ряд будущих проблем, с которыми, вероятнее всего, столкнется цивилизация.

Во-первых, иждивенческая внешняя политика некоторых государств вызовет протест со стороны политических субъектов внутри них в силу большей мобильности и более быстрой и органичной смены поведенческой парадигмы.

Во-вторых, сетевые сообщества уже сейчас более компетентны в работе с эпистемологическими конструкциями, чем власть. Пройдет совсем немного времени, и они потребуют привилегий управления, заключающихся вовсе не в распределении политического блага, а в праве участия в его производстве.

В-третьих, политическая власть, конечно же, так просто не уступит свои позиции, однако борьба будет не между различными политическими силами, как прежде, а между политическим и неполитическим. Сейчас трудно предположить, кто победит и чем обернется эта борьба. Преимущество неполитического — в компетенции работы со знанием, преимущество политического — война будет на территории политики, с картой которой неполитика плохо знакома.

## Проблема жанрового различения веб-публикаций

Первое, с чем сталкивается исследователь интернета, взявшийся выявить жанровую типологию публикаций в сети, это присутствие всего во всем, и в каждом, и везде. Черты традиционных журналистских жанров — репортажа, очерка, фельетона, корреспонденции и других — можно найти, в любой сетевой публикации. А вот типичный веб-репортаж или типичный веб-фельетон отыскать оказывается, весьма проблематично.

Подобные чистые жанровые формы можно встретить только в изданиях-клонах, но к веб-изданиям копии несетевых публикаций имеют такое же отношение, как показ по телевизору фотографии газетной полосы к телевизионной новостной передаче. Вместе с тем анализ жанровых особенностей, конечно, необходим, если мы говорим об интернет-журналистике не только как о технологии производства и распространения массовой информации, но и как о части современной социально-культурной реальности с ее литературно-художественной самобытностью.

Такой анализ важен и с другой точки зрения, поскольку в культуре нет непроницаемых границ и родившееся в одной области культуры неизбежно оказывает влияние на другие области. Освоение журналистикой интернета не могло пройти незаметно для самой журналистики, которая с необходимостью подверглась трансформации в связи с изменением технологических условий подготовки и трансляции своих посланий. Впрочем, факт взаимовлияния инновационной и традиционной журналистики показал еще в 1977 году В.С. Хелемендик на материале взаимодействия газеты, радио и телевидения<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> См.: Хелемендик В. С. Союз пера, микрофона и телекамеры. М., 1977.

И сегодня можно наблюдать, как, например, телевидение не только интегрирует веб-технологии, но даже в оформлении студий и заставок использует дизайнерские ходы, заимствованные из стиля веб-публикаций. Но значит ли это, что размытость жанров, свойственная интернету, распространится на журналистику в целом и журналистика потеряет в итоге «теорию жанров», являющуюся одним из главных компонентов теории журналистики?

По мнению А.А. Тертычного<sup>2</sup>, жанровые различия существуют объективно как отражение разнообразия действительности, что и определяет возможность теории жанров. С этой точки зрения, неопределенность жанровых различий означает неразличимость отдельных проявлений действительности — фактов. А это делает невозможной не только теорию журналистики, но и саму журналистику. Подобный парадокс не снимается постмодернистской декларацией конструируемой СМИ реальности, поскольку остается неясным, из чего эта реальность будет конструироваться, если нивелированы различения фактов и их образов — жанров.

Журналистский жанр — это элемент метаязыка социальных коммуникаций, или современный код, с помощью которого массовая информация шифруется СМИ и дешифруется аудиторией. Если предположить, что между СМИ и аудиторией (социумом) существует понимание и что язык жанров в равной степени является языком и СМИ, и аудитории, то можно сделать вывод об адекватности структуры жанрового разнообразия и целостного информационного образа реальности, т.е. актуализированной реальности или виртуальной реальности.

Сложность различения жанров в интернете вызвана тем, что один и тот же журналистский материал может быть и просто текстом, и элементом гипертекста. Выведенный из сети (например, распечатанный на принтере), он должен быть отнесен к какому-то жанру. При этом остаются в силе известные типобразующие факторы: тематика и проблематика; способ повествования, описания, воспроизведения событий; отношение автора к изображаемому; образительно-выразительные средства; сюжет, стиль, язык и т.п. Текст, изъятый из интернета, не сложно отнести к аналитической статье, новостной заметке, фельетону, анекдоту и т.п., воспользовавшись той или иной типологией жанров, отечественная историография которых достаточно обширна.

---

<sup>2</sup> См.: Тертычный А.А. Жанры периодической печати. М., 2000.

В гипертексте же каждый элемент лишь в связи с другими приобретает содержание и форму, т.е. становится смыслодержающим текстом, но состоящим из разножанровых фрагментов: скажем, фельетон связывается с аналитическим обзором и содержит мультимедийную рекламную заставку, отсылающую к критическому публицистическому материалу. Кроме того, траектория движения читателя по гипертексту слабо предсказуема. Поэтому определение жанровой принадлежности текста на основании его фрагмента некорректно.

Из этого методологического тупика есть несколько выходов.

Первый: определить жанр интернет-публикации в качестве отдельного типа гипертекстовых интерактивных публикаций при возможной дифференциации по значимости или незначимости этих качеств, т.е. в рамках конструктов «плохой текст — гипертекст» и «пассивность-интерактивность». В пользу такого подхода говорит общая специфика языка и стиля материалов, размещаемых в интернете, являющаяся следствием особенностей как написания, так и чтения текстов с экрана компьютера.

Второй: различать жанры по типу и свойствам, в том числе и технологическим, ресурсов, на которых размещается контент: жанр сетевых дневников — блогов; жанр новостных журналистских сайтов; жанр дискуссионных площадок — форумов; жанр аналитических статей; жанр экспертных оценок и мнений и т.п. Более тонкое различие приведет к выделению жанров презентаций веб-проекта; анонсов публикаций; жанров ссылок и навигационных блоков сайта; справочного аппарата; жанра комментариев; мультимедийных блоков; рекламных вставок, интерактивных элементов сайта и т.п.

Третий: различать жанры по типу дискурса, порождаемого публикацией, — научного, событийно-фактологического, маркетингового, развлекательного и т.п.

Гипертекст побуждает к движению от одного окна к другому, формируя индивидуальную текстовую сборку в текстологическом пространстве. Теоретически из любой публикации по ссылкам можно добраться до любой другой — от страницы с кулинарными рецептами можно прийти к странице администрации президента. Факт конструирования текста пользователем из различных блоков привел к появлению так называемого компонентного авторинга — технологии, предполагающей сведение публикуемых текстов до уровня неизменяемых

квантов информации — топиков и их сборок<sup>3</sup>. «Каждый топик должен освещать конкретную тему, иметь четко определенную цель и быть полностью автономным. (...) Такие элементы должны быть пригодными для многоразового использования независимо от контекста, т.е. вписываться в любую информацию, где они нужны»<sup>4</sup>.

Можно считать топик и сборки топиков отдельным жанром, однако в этом случае более важным является структура сборки и такой элемент, как юзабилити, отвечающий не только за то, насколько интерфейс ресурса окажется удобен и понятен пользователю, но и за то, насколько далеко от исходного текста удалится посетитель. Поэтому юзабилити как форма организации информации на ресурсе и есть наиболее близкий аналог понятию жанра в оффлайновой журналистике.

Юзабилити — совокупность элементов сайта, влияющая на достижение целей поставленных посетителем. Юзабилити определяется «читабельностью» элементов навигации, особенностями структуры сайта и наполнением с позиции пользователей. Текст с множеством связей заставляет переходить от непрерывного и линейного восприятия к дискретному (разрывному) и многомерному чтению-просмотру. Этим гипертекст напоминает мыслительный процесс, который идет сразу в нескольких направлениях. Идеи и образы всплывают, оформляются и гаснут одновременно на разных уровнях, взаимодействуя друг с другом, взаимно проникая и умножая друг друга.

Юзабилити конструируется с учетом позиций пользователя. При всей свободе движения по гипертекстовым «закоулкам» задаются предпочтительные траектории, моделирующие мышление представителя целевой аудитории. Способ мышления записывается в виде текста. Элементами такого текста являются: кнопки навигации, иконки, идеограммы, ссылки, баннеры, заголовки, выделения, элементы оформления, цветовая гамма, размер и вид шрифта, иллюстрации, интерактивные формы. Перед создателем гипертекста стоит задача понять не только то, о чем думает его предполагаемый читатель, но и то, как он думает.

Понятие «юзабилити» укоренилось в профессиональной среде интернет-разработчиков, что подтверждается наличием специальных программ тестиро-

<sup>3</sup> Соответствующее математическое обеспечение для работы с топиками уже разработано. Например, система: DITA OPEN TOO.

<sup>4</sup> См.: Сиверсон Эрик. Как работает компонентный авторинг // PC Week/RE №7 (661) 3 — 9 марта 2009.

вания юзабилити<sup>5</sup>, фирм, предлагающих услуги по разработке и оптимизации юзабилити<sup>6</sup>, а также регулярных конференций<sup>7</sup>. В знак признания важнейшей роли юзабилити-инженерии и ориентации на человека при проектировании объектов и систем каждый год начиная с 2005-го проводится «Всемирный день юзабилити»<sup>8</sup>. Однако типология юзабилити, аналогичная типологии жанров, пока не разработана.

При построении типологии юзабилити можно воспользоваться следующими различиями:

- особенностей пользователей — возрастных, гендерных, профессиональных, стратовых и т.п.;
- внешнего смыслового поля (контекста) — технологического, научного, развлекательного, маркетингового и т.п.;
- поисковой активности посетителей на основе анализа поисковых запросов;
- тематик размещаемых публикаций и структуры связей между ними,
- контента — текстового и мультимедийного.

Еще одно различие появилось с рождением веб2.0. Сегодня можно говорить о юзабилити веб2.0, и юзабилити веб1.0.

Однако для определения жанра важно понять, как пользователи читают веб-публикации? А они не читают. Люди редко читают текст по словам, вместо этого они сканируют страницу, выхватывая отдельные слова и фразы. Как показывают исследования<sup>9</sup>, проведенные Джоном Морксом (John Morkes), 79 процентов участников теста сканируют любую новую страницу и только 16 процентов читают слово за словом<sup>10</sup>.

<sup>5</sup> См.: обзор тестов юзабилити на сайте компании Usethics (юзабилити-тестирование и проектирование интерфейсов) URL: [http://www.usetethics.ru/lib/testing\\_by\\_the\\_cheap.html](http://www.usetethics.ru/lib/testing_by_the_cheap.html)

<sup>6</sup> См., например, сайт Российской компании USABILITYLAB URL: <http://www.usabilitylab.ru/>

<sup>7</sup> Ежегодная международная конференция в России по юзабилити: User Experience (юзабилити для бизнеса, юзабилити для юзабилитистов, электронное правительство и общедоступность, юзабилити мобильных устройств и сервисов. Сайт конференции (2008 г.) URL: <http://www.userexp.ru/about/index.html>.

<sup>8</sup> Официальный сайт Дня Юзабилити: <http://www.worldusabilityday.org/>

<sup>9</sup> Writing for the Web (исследования и рекомендации по оптимизации текстов веб-публикаций). URL: <http://www.useit.com/papers/webwriting/>

<sup>10</sup> Якоб Нильсен. Как люди читают в сети? [Электронный документ] URL: [http://www.greenlight.ru/ПР\\_oweb/articles/netreading.html](http://www.greenlight.ru/ПР_oweb/articles/netreading.html). Оригинал: Jakob Nielsen's site (Usable Information Technology) URL: <http://www.useit.com/alertbox/9710a.html>.

Подобное нечтение-просматривание-сканирование текстов оказалось следствием отсутствия культурной нормы чтения с экрана и клиентских ограничений по трафику и скорости. И то и другое заставляет быстро искать нужную информацию, а затем скачивать ее для последующего просмотра или распечатки. Процитированное относится к 1998 году. С этого времени диспозиции несколько изменились: доступный широкополосный интернет снял клиентские ограничения трафика и скорости и для всего большего числа пользователей чтение с экрана становится культурной нормой. Этому способствует также развитие интернета для мобильных устройств. Тем не менее на вопрос, заданный в студенческой аудитории гуманитарного вуза в 2009 году: Кто из вас распечатывает текст, прежде чем его изучить? — положительно ответили 55 процентов аудитории. Эта цифра не слишком отличается от цифры, полученной Джоном Морксом и Якобом Нильсом. Очевидно также, что различия веб-текста и печатного текста не будут нивелированы, более того, особенности веб-текста с развитием интернет-технологий будут только усиливаться. И главная из них — формируемая норма отношения к тексту как к предмету деятельности, а не как к объекту потребления, что характерно для книжной культуры. Стимулирование работы с текстом — интерактивность текста — одна из основных задач сайтостроительства.

Кроме того, рекомендуется адаптировать текст для сканирования, использовать выделения ключевых слов (гиперссылками, шрифтом, цветом и т.п.); достигать предметности, т.е. ясности подзаголовков; использовать списки с отступом. Параграф как квант контента не должен содержать более одной мысли, как, впрочем, и вся статья. Помимо требования лаконичности, необходимо использовать принцип «перевернутой пирамиды»<sup>11</sup>, когда следствие (заключение, вывод) предшествует предпосылкам (аргументации, доказательству).

Жанрообразующим фактором веб-публикаций можно считать требование «достоверности информации»: в онлайн он связан с иными качествами, чем в оффлайн. Поскольку пользователь волен решать, оставаться ему на данной странице или переходить по ссылке, то доверие к тексту зависит в большей степени от качества его представления на сайте, а не от содержания. Графический

<sup>11</sup> Якоб Нильсен. Перевернутые пирамиды в киберпространстве (Inverted Pyramids in Cyberspace June 1996) перевод: Александр Качанов [Электронный документ] URL: <http://webmascon.com/topics/text/18a.asp>

дизайн, юзабилити, скорость загрузки, стиль текста, — все то, что относится к категории формы, воспринимается до того, что принято считать относящимся к категории содержания. Именно поэтому качество формы становится критерием достоверности содержания. Причем это обстоятельство имеет и вполне конкретное цифровое выражение. Многостраничные трактаты, наполненные мыслями, способными осчастливить человечество, но размещенные на плохо сделанных сайтах, мало кто будет искать, потому что большинство посетителей просто не будут на них задерживаться. Этот достаточно новый и принципиальный момент, к сожалению, часто игнорируется научным сообществом, а в результате наверх списков результатов поисковых запросов выходят качественно оформленные, но ложные и пустые материалы.

Наличие ссылок на другие сайты, демонстрирует открытость и фундированность материала. Открытость — допущение существования иных точек зрения. Фундированность — знак актуальности и глубины проработанности темы. Впрочем, для научных текстов это всегда является обязательным условием.

Веб-журналистика отличается от журналистики печатных изданий главным образом тем, что веб — ссылочная информационная среда. «Джордж Лендоу (George Landow), профессор английской литературы, запустил в обиход два термина «риторика отправления» (rhetoric of departure) и «риторика прибытия» (rhetoric of arrival) для обозначения того, что оба конца ссылки должны давать пользователям понимание того, куда они отправляются и откуда они прибыли»<sup>12</sup>. Время жизни электронных публикаций практически бесконечно. Авторы могут создавать ссылки на свои прежние публикации, вместо того чтобы вновь и вновь повторять сказанное. Публикации становятся элементом исторического архива, что превращает в архив и всю информационно-коммуникативную среду. Журналисты могут публиковать дайджесты — списки ссылок по различным точкам зрения в рамках обсуждаемой темы, что придает веб-журналистике энциклопедический характер.

Присутствие ссылки внутри текста указывает на определенный смысловой акцент, точно так же, как типографические выделения: курсив, подчеркивание, изменение шрифта и т.п. Но, в отличие от них, гиперссылка предлагает читате-

<sup>12</sup> Якоб Нильсен. Перевернутые пирамиды в киберпространстве (Inverted Pyramids in Cyberspace June 1996) перевод: Александр Качанов [Электронный документ] URL: <http://webmascon.com/topics/text/18a.asp>

лю покинуть данное текстологическое пространство, т.е. не только разрывает процесс восприятия, но и завершает его. Исходный текст расчленяется гиперссылками на блоки, которые в теории текста называют гипотекстами или предтекстами. Между гипотекстами и гипертекстом возникают отношения, близкие к отношениям константной и виртуальной реальности. Значения текстовых блоков в итоге определяются после сопряжения их с блоками, на которые они ссылаются, т.е. виртуализированный надтекст позволяет понять девиртуализированный предтекст, а не наоборот.

Подобное свойство внутренних ссылок создает дополнительные возможности аранжировки текстов, но, с другой стороны, требует определенной логической законченности межссылочных текстовых блоков. Иначе при выходе из текста желаемые значения не будут зафиксированы читателем. Это правило можно рассматривать в качестве расширения упомянутого принципа обратной пирамиды.

Веб-страница содержит множество паралингвистических элементов со своими ссылками, стремящимися увести пользователя от активного экрана. Относительно этих элементов исследователь рекламного текста Л.С. Винарская<sup>13</sup> отмечала комплексный, поликодовый характер итогового сообщения. К подобным паралингвистическим элементам автор отнесла иконические компоненты (фотографии, рисунки, цвет, макетирование) и графические параграфемные элементы, которые вступают в сложное взаимодействие с вербальным компонентом и создают единые информационные комплексы вербально-невербальной природы. Иными словами, текст и его оформление предстают в форме единого текста или замкнутой иерархической семантико-смысловой структурой. Различие формы и содержания этим снимается. Подобный подход частично применим и к веб, но с некоторыми существенными дополнениями и поправками. Веб не статичен, а динамичен, следовательно, содержат элементы, видоизменяющиеся во время действий пользователя. Он содержит элементы навигации, как в графической, так и в текстовой форме, а также ссылочные картинки и иконки, формы для введения текста, формы для голосований и опросов и т.п. Главное же, замысел разработчиков страницы считается не столько из ее содержания,

---

<sup>13</sup> См.: Винарская Л.С. Информационная структура рекламного текста. Дис. ... канд. филол. наук. М., 1995.

сколько из структуры связей и ссылок, которые и выступают жанрообразующим фактором.

Для примера рассмотрим структуру сайта ОПТИМАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ (ОК) <http://jarki.ru>, администрируемого автором этой статьи. Сайт предназначен для дистантной поддержки учебного процесса по коммуникативным наукам. На главной странице помещаются анонсы последних публикаций. Система управления контентом автоматически выделяет первые три абзаца и размещает их на первой странице. Таким образом, текст разбивается на две части. Первая, видимая на главной странице, часть должна мотивировать прочтение всего текста. Анонс снабжен ссылками на категории, к которым отнесена публикация, и на ключевые слова. Пользователь сразу видит предметную область размещенного материала. Ссылкой является также заголовок, есть ссылка и, на комментарии, и набор иконок, предназначенных для размещения закладки на данный материал в нескольких сторонних ресурсах-хранилищах. Сайтбар состоит из двух колонок с текстовым блоком «о сайте». Вверху левой колонки размещен текстовый блок, выводящий из базы данных случайную цитату, что создает дополнительное расширение текстуального пространства ресурса. Правая колонка начинается с календаря, позволяющего искать записи по дате публикации, а за ним облако тегов уже в статической форме. В шапке ресурса — список категорий, а под ним — ссылки на статические страницы сайта. При клике на категорию или на ключевое слово (тег) открывается страница с заголовками соответствующих материалов без анонсов, т.е. уже только заголовки статей должны побуждать открывать содержание. Сами материалы могут быть сгруппированы по категориям, тегам, дате, и публикаторам. Можно дополнительно группировать их по авторам, рубрикам, выпускам и иным признакам. Таким образом, один и тот же материал может быть представлен в множественном смысловом и тематическом окружении и, соответственно, по-разному прочитан.

Текст множится сам из себя, порождая множественные интерпретации, однако за подобное умножение приходится расплачиваться потерей однозначности и вероятной неадекватностью прочтения.

## Интернет как феномен культуры

Интернет, а вместе с ним и СМК (система массовых коммуникаций), действительно можно рассматривать как ядро цивилизационного развития и как феномен культуры. Однако цивилизационный и культурный взгляд на интернет отличаются друг от друга так же, как отличаются цивилизация и культура.

Интернет в цивилизационном отношении — это всего лишь новая коммуникативная технология, рационализирующая и глобализирующая отношения между людьми и организациями — экономические, политические, научные и т.п. Мы можем ждать от интернета формирования новых глобальных форм этих отношений, которые теоретически собраны в проекте информационного общества.

Значительно более сложная картина возникает при рассмотрении интернета как феномена культуры. Фотографию, кинематограф, телевидение в момент их появления прочили на замену живописи, театра, а потом и кинематографа соответственно. Претензии оказались безосновательными — новые виды искусства нашли себе место в культуре, практически никак не потеснив прежние. Интернет в его ипостаси вида искусства, также вряд ли уничтожит все, что было до него. Интернет действительно способен быть всем — и книгой, и картиной, и скульптурой, и фильмом, и газетой, и театром, и танцем. Но столь же широкие претензии были и у кинематографа, а затем и у телевидения. Не в этом принципиальное отличие интернета. Определяя его жанровые особенности как вида искусства, мы вряд ли придем к пониманию феномена интернета. В этом смысле

обозначение эры интернета как **постгутенберговой эры** (т.е. постпечатно-книжной — М.Маклюен, У.Эко) представляется несколько упрощенным.

Интернет-культура (или киберкультура) начинается тогда, когда сеть создает в себе новые формы культурного бытия и транслирует их в нашу повседневную жизнь.

Необходимо отметить, что эта культура прошла четыре этапа формирования. Эти этапы выделены на основании модернизированной схемы Ж.Бодрийара: подделка — производство — симулякр, к которой добавлена четвертая стадия — симулятивная коммуникация.

1. **Первый этап — подделка человеческой культуры** — заключался в *создании виртуальных моделей бытия*. Например, в игровой реальности формируются виртуальные поселения, снабженные всеми привычными для человека вещами и отношениями. Там можно ходить по магазинам, строить дома, заниматься бизнесом, создавать семью. Все это, конечно же, происходило в игровой реальности, однако эта реальность позволяла участникам игры реализовать все свои нереализованные возможности. В этом же ключе работает и ряд других кибертехнологических инструментов: чатов, виртуальных казино, виртуальных знакомств, и даже виртуальных кладбищ.

2. **Второй этап — серийное производство, тиражирование культуры** — заключается в активном переводе на язык цифровых телекоммуникационных форм не только отдельных произведений, но и человеческой культуры в целом. Доказательством существования таких процессов может служить институализация сетевой этики, сетевого языка, сетевых ценностей, сетевой культурной деятельности, осуществляемая в сети и адресованная сетянам (населению сети), всего того, что и складывается в понятие «культура» в узком смысле этого слова.

3. **Третий этап — симуляция культуры**. Не так давно появился социокультурный феномен, известный как киберпанк. Киберпанк вобрал в себя различного рода маргинальные побуждения с верой в безграничные возможности компьютерной техники в плане реализации индивидуальной свободы. Можно сказать, что интернет стал, прежде всего, симулякром свободы и индивидуального человеческого всемогущества. А свобода при условии ее реализации, как известно, и создает культуру. Киберпанку предшествовало движение хакеров, базировавшееся на следующих принципах:

- не повреди информационную систему;
- обеспечивай условия свободного (и бесплатного) обмена технической информацией, игнорируя бюрократические и коммерческие барьеры;
- пополняй человеческое знание как таковое.

Оттолкнувшись от хакеров, ограниченных сетевым техноцентризмом, киберпанк сформировал многослойную субкультуру, представленную и в литературе, и в живописи, и в музыке. Появилось, например, особое направление в научной фантастике (Руди Рукер, Джон Ширли, Брюс Стерлинг, Уильям Гибсон и др.), где на передний план выводится проблема взаимопроникновения человеческого и технологического, проблема воздействия на человека киберпространства и виртуальной реальности, роли и места индивида в тотально информатизированном обществе будущего.

**4. Четвертый этап — симуляция коммуникации с культурой** — является качественно новым явлением в человеческой истории. Маршалл Маклюэн (1967) пишет:

*«Сегодня компьютеры обещают дать нам средства мгновенного перевода любого кода в любой другой код или язык. Короче говоря, компьютер обещает нам достичь с помощью технологии того состояния всеобщего понимания и единения, которое восторжествовало на Пятидесятницу. Следующим логическим шагом должен, видимо, стать уже не перевод, а отход от языков к общему космическому сознанию, во многом похожему на то коллективное бессознательное, о котором мечтал Бергсон.»*

Здесь М. Маклюэн упоминает о событии Священной истории — сошествии Святого Духа на апостолов в пятидесятый день после вознесения Христа. После чего они приобрели возможность говорить на всех языках мира и нести Слово народам. Разделение языков, произошедшее после вавилонского столпотворения, преодолевалось во Христе, что позволило Церкви утвердиться на Земле. Таким образом, М. Маклюэн проводит параллель между церковью и интернетом, причем как в бытийном (сообщество говорящих на едином языке), так и в надбытийном (бессознательный универсум) плане.

Интернет претендует на всеобщую потенциальную связность всех со всеми, всего со всем и всего со всеми. Особо важно отметить его направленность на обеспечение связности каждого члена общества с интегрированной человеческой культурой. Однако эта связь регламентируется алгоритмами интернет-

математики, и следовательно, примитивна в отношении к естественной связи человека со своей культурой.

Таким образом, интернет всего лишь симулякр связи с культурой, а не сама эта связь, равным образом — симулякр церкви, а отнюдь не сама церковь.

Реальность и действительность, в которой пребывает современный человек претерпела за очень короткое время значительные изменения, которые не только не отрефлексированы теоретическим знанием, но и недостаточно интериоризованы обыденным сознанием. Нам удалось привести лишь некоторые замеченные феномены эпохи Интернет. На самом деле их больше и их воздействие глубже, чем представляется на сегодняшний день. Стало быть, можно ожидать соответствующих изменений структур массового сознания и рационального знания.

Соответственно, журналистика является своего рода мостом-посредником между происходящим «где-то; когда-то; с кем-то» и мною «здесь и сейчас». Она выступает в роли не только транслятора актуальной реальности, но и, это нужно подчеркнуть, ее креатора. Активизация подобной функции, естественно потребует существенных изменений в структуре и формах журналисткой деятельности.

## Журналистика два точка ноль

Разочарование в статичных веб-сайтах (доткомах<sup>1</sup>), выразившееся в падении инвестиций в коммерческие интернет-проекты (осень 2001 года), побудило искать иные формы работы в интернете. Концепция Веба 2.0 родилась на совместном мозговом штурме издательства O'Reilly Media и компании MediaLive International. Вице-президент O'Reilly Дейл Дагерти отмечал, что сам-то веб далек от краха и даже стал более важен, чем раньше, так как впечатляющие новые приложения и сайты появляются с завидной регулярностью и, может быть, в результате доткомовского краха имеет смысл говорить о Вебе 2.0. «Мы решили, что так и есть. Так родилась Веб 2.0 Conference» — пишет О.Рейли в своей знаменитой статье «Tim O'Reilly — What Is Веб 2.0» от 30 сентября 2005 года, впервые опубликованной на русском языке в журнале «Компьютерра» (№№ 37 (609) и 38 (610) от 11 и 18 октября 2005 года соответственно). В этой статье Тим О'Рейли превязал появление большого числа сайтов, объединённых некоторыми общими принципами, с общей тенденцией развития интернет-сообщества и назвал это явление Веб 2.0. в противовес «старому» Веб 1.0.

Фактически О. Рейли осуществил то, что на пиаровском и маркетинговом языке именуется ребрендингом: сделал брендом само понятие веб, и снабдил его свойством версиальности. Как известно, цифра рядом с названием про-

---

<sup>1</sup> Дотком происходит от слов dot — точка и com, т.е. дотком это сайт с адресом, оканчивающимся на .com, т.е. размещенный в доменной зоне, где чаще всего располагаются коммерческие сайты. Дотком — в широком смысле метафора промосайта или сайта визитки, со статичной информацией.

граммного продукта означает его версию. Изменение же цифры перед точкой говорит о существенном обновлении программного обеспечения. Поэтому термин «Веб 2.0» должен означать, что Сеть существенно изменилась по отношению к первоначальному виду. Иными словами сама Сеть стала позиционироваться как продукт и как бренд.

Следует отметить, что коллективный автор термина вроде ничего и не изобрел, а просто обозначил, что в интернете появились сервисы, обладающие определенными свойствами, и эти сервисы необходимо как-то отстроить от «традиционного» веба. Но стоило только осуществится операции именованья, как многие пользователи действительно увидели новый феномен (Google, например, содержит более 9,5 млн ссылок на веб 2.0), что вызвало целую волну версияльных обозначений: социальность 2.0, политика 2.0, PR 2.0 и т.д. Среди них постепенно утверждается понятие «журналистика два», или «журналистика два точка ноль».

Выделим известные на сегодня принципы, относящиеся к сетевым технологиям 2.0, которые оправдывают цифровой индикатор предметных областей информационно-коммуникативной деятельности, журналистики, PR, рекламы, маркетинга и т.п.

Этот перечень следует начать с принципов, лежащих в основе **Wikipedia**<sup>2</sup> — открытой всемирной энциклопедии, составляемой всеми, кто пожелает участвовать. Впрочем, было бы не совсем верно называть Wiki энциклопедией, поскольку принцип организации информации и, главное, принцип ее редактирования не соответствуют энциклопедической таксономии и энциклопедичности как таковой, не только потому, что определение терминов осуществляется здесь методом «народной стройки», но и потому что заведомо отсутствует их систематизация. В результате предметная область знания структурируется по запросам пользователей, а не с помощью предварительно разработанной теоретической модели. Последнее обстоятельство не допускает возможности выстраивания родо-видовых отношений, существования определенной системы каких-либо базовых понятий и категорий. Википедия принципиально фолксномична, а не таксономична.

---

<sup>2</sup> Сайт проекта wiki: <http://www.wikimapia.com//>

Идеология WiKi породила ситуацию, при которой стало возможным утверждать, что там есть все, а чего нет, то рано или поздно появится. Кроме того, Wikipedia сверхоперативна, все наиболее значимое (то, что народ считает значимым), например результат важного футбольного матча или имя победителя Евровидения, появляется в ней лишь спустя несколько минут после оглашения результатов. В этом смысле WiKi оправдывает свое название, которое пришло из гавайского языка «wiki wiki», что означает быстро.

Вики характеризуется следующими признаками: множество авторов, хранение версий одного текста, специальный язык разметки, учёт изменений текста и возможность отката к ранней версии. Сравним свойства WiKi со свойствами мегатекстовой машины «Ксанаду» Т. Нельсона, который писал: «... мы создали систему для хранения и поиска текста, в котором введены взаимосвязи и «окна». <...> документ, может иметь «окна» на любые другие документы. «Информационное тело» системы эволюционирует, непрерывно расширяясь без изменения своей основы. Новые связи и новые «окна» постоянно добавляют новые пути доступа к старому материалу»<sup>3</sup>. Аналогия очевидна. Можно утверждать, что веб 2.0 действительно реализует принципы, разработанные еще в первых проектах гипертекстовых систем.

В этом смысле веб 2.0, делает Сеть тем, чем она и должна быть быть по своей природе.

**Ajax (Asynchronous JavaScript and XML)** — подход к построению пользовательских интерфейсов веб-приложений, при котором веб-страница не перезагружается, а подгружает нужные пользователю данные. Использование Ajax стало наиболее популярным после того как Google начала активно использовать его при создании своих сайтов, таких как Gmail и Google Maps.

Эта технология, в частности, предоставляет пользователю возможность самостоятельно, по своему вкусу не только формировать страницы, с которых он сможет стартовать в интернет (так сделано в поисковике Google), но и собирать историю своих поисковых запросов, видеть только ту рекламу, которая соответствует частным поисковым запросам, редактировать блоги, видеть по-

---

<sup>3</sup> Там же. Цит по Эпштейн В.А. Введение в гипертекст и гипертекстовые системы. <http://newasp.omskreg.ru/intellect/f27.htm>

следние сообщения из отслеживаемых интерактивных ресурсов (форумах, блогах, социальных сетях).

Открывается возможность полностью настроить интернет под себя, не упуская ничего важного и фильтруя все лишнее. Причем процесс подобной настройки носит не только динамический, но и интерактивный характер. В веб2.0 это называется вечной дельтой, т.е. вечной «пробной версией» инструментов работы со знанием, к числу которых относится в том числе сознание и опыт пользователя.

Способ восприятия информации, который точнее следовало бы назвать *способом поведения пользователя*, эволюционирует вместе с эволюционированием контента и технологий работы с ним при условии определенного уровня включенности в этот процесс самого пользователя.

**Веб-синдикация** — возможность одновременной публикации одного и того же материала на различных страницах или веб-сайтах. Для этого используются так называемые RSS-потоки (веб-потоки), в которых содержатся заголовки и ссылки на них. Возможность пользовательского управления контентом, напоминающий сборище вырезок из прессы, фактически и создает феномен *персонального журнализма*. Пользователь самостоятельно верстает журнал, отбирая блоки информации с интересующих его ресурсов и интересующей его тематики, которые меняются по мере их обновления на страницах-источниках.

**Mash-up — Веб mash-up** (дословный перевод — «смешение») — сервис, который использует другие сервисы, предоставляя пользователю новую функциональность для работы, возникающую в результате умножения функциональностей исходных сервисов. В результате новый сервис становится новым ресурсом для других веб mash-up сервисов. Например, сайт туристического оператора с интегрированными картами Google Maps, а также с фотоархивом, форумом и блогом превращается в виртуального гида.

Все это дает возможность оснащения современного новостного веб-издания не только текстовыми комментариями, но и обновляющимися фото-видео-репортажами и картой местности, на которой разворачивается событие.

**Метки (теги)** — ключевые слова, описывающие рассматриваемый объект или относящие его к какой-то категории. Подобная маркировка позволяет отображать место объекта среди других объектов и строить так называемое «облако тегов». В стилистике веб 2.0, облака изображаются в виде списка ключевых

слов, каждое из которых может иметь различный размер шрифта и цвет, причем и то, и другое используется как индикатор популярности. Понятие меток тесно связано с понятием *фолксномия* или «народная» классификация.

**Фолксномия** (англ. folksonomy, от folk — «народный» + taxonomy — «таксономия») — совместная категоризация информации (ссылок, фото, видеоклипов) с помощью произвольно назначаемых тегов. Это понятие характеризует специфику сотрудничества по организации информации с учетом интеграции индивидуальных интересов в групповые. В результате возникает система категорий, совокупно отражающая концептуальную модель информации всей группы. Причем фолксномия коренным образом отличается от традиционных формальных методов фасетной классификации.

Если проделать работу по сбору всех существующих рубрикаторов газет, журналов, теле- и радиопередач, то маловероятно, что полученное множество могло бы быть упорядочено с помощью фасетной классификации. Совокупность тематик СМИ, скорее всего, более соответствует фолксномии, чем таксономии.

**Блогосфера и социализация.** Блоги появились достаточно давно, однако сейчас подобные ресурсы почти однозначно относят к веб 2.0. Отчасти из-за того, что блоги рассматриваются уже не как индивидуальные дневники, а как сеть дневников, т.е. блогосфера. Ко всему прочему блогосфера формирует так называемую «редактируемую паутину» (writable веб). Блогосфера создается с помощью разработок, которые позволяют формировать и управлять сообществами, или социальными сетями. Так в интернет внедрилось понятие «социализация». В применении к сайту это понятие означает возможность его индивидуальных настроек, создание личной зоны (личные файлы, изображения, видео, блоги), а также выстраивание связей с другими пользователями и сайтами. При этом широко используются индивидуальные маркеры, обозначающие статус пользователя и его карьеру на ресурсе. Эти маркеры носят название репутации или кармы. В указанном смысле «социализация» — всего лишь технический термин, обозначающий некоторый определенный набор качеств информационного ресурса.

Однако проблема социализации в интернете в эпоху веб 2.0. имеет более широкий контекст. Можно констатировать, что веб 2.0. развивается на основе новых интеграций:

- целей автора и читателя — появляются общества соавторов;
- ролей автора и читателя в функционале пользователя;
- целей производителя и пользователя в партнерских проектах;
- ролей производителя и пользователя в функционале пользователя;
- возможностей создания и восприятия контента в одном инструменте;
- возможностей работы с контентом и возможностей изменять сам инструмент.

Подобные изменения делают веб 2.0. не только интерактивным, но и мета-интерактивным, поскольку интерактивными становятся не только тексты, но и инструменты коммуникации с текстами.

**Система горизонтальных связей.** Идеология Веб 2.0, принципиально ориентирована на горизонтальную систему связей. Горизонтальные связи позволяли существовать сообществам, которые еще не так давно воспринимались, (да они и сами себя так позиционировали), в качестве тайных. Таковы были масоны, сектанты, революционеры-подпольщики, террористы. Сегодняшние множественные сообщества с горизонтальными связями между их членами и между отдельными сообществами являются открытыми системами и иначе как открытые системы не могут существовать и развиваться. В этой связи так и хочется сказать о технической победе демократии<sup>4</sup>, хотя, скорее всего, вопрос этот более сложный. В частности, можно ожидать в будущем сопротивления не только иерархических структур, к которым относятся все политические, государственные и бизнес-структуры, но и закрытых обществ с горизонтальными связями, поскольку для них открытые сетевые структуры становятся прямыми конкурентами с неподконтрольными циркулирующими информационными потоками.

---

<sup>4</sup> «Если любой житель планеты сможет выбрать себе СМИ по вкусу, а также создавать собственное СМИ из желательной ему «мозаики», т.е. если на место таксономии придет «фольксономия» (ссылаюсь на обсуждение в сети и этой альтернативы), то это и есть демократия СМИ в действии. <...> Если мы стоим на пороге «народной» журналистики, то так же точно может сформироваться «народная» политика, «народная» дипломатия. <...> И, может быть, впервые в истории именно Интернет в лице Второго Веба позволит преодолеть вековые противоречия между людьми — политические, экономические, языковые, религиозные... И создать-таки мировое гражданское сообщество!» Акопов А.И. «Web 2.0» как предчувствие//Relga №6 [151] 25.04.2007. [электронный документ] <http://www.relga.ru/>

**Принцип длинного хвоста.** Термин «длинный хвост» ввел в употребление главный редактор журнала Wired Крис Андерсон. С появлением технологий Веб 2.0 рынок информационно-коммуникативных продуктов становится более демократичным в том смысле, что не лишает шансов тех производителей, которые оказываются в хвосте рейтинговых оценок. Андерсон приводит такой пример. В огромном книжном супермаркете Barnes & Noble продается около 130 тысяч наименований книг, в главном книжном интернет-магазине Amazon больше половины продаж приходится на книги, не входящие в число первых ста тридцати тысяч. А значит создаются условия для демонополизации культуры в целом и журналистики в частности. Торговым предприятиям теперь необязательно ориентироваться только на популярную (хитовую) продукцию. Спрос будет иметь и то, чем интересуются немногочисленные и, следовательно, элитарные целевые аудитории главное, чтобы все было доступно и чтобы был организован хороший поиск.

Для системы СМИ принцип длинного хвоста означает подлинную демократизацию журналистики или возникновение так называемой «гражданской журналистики», когда «о случившемся теракте, вчерашнем концерте или скандале с Паффом Дэдди можно узнавать не из The New York Times или новостей CNN, а из блога человека, который был рядом и все видел своими глазами. В одной Америке сейчас двенадцать миллионов блогеров; и каждый третий считает себя в той или иной степени журналистом. Адепты считают, что блогерство — это будущее журналистики: тысячи анонимных корреспондентов, свободных от влияния корпораций, властей и чужого мнения. Уже существуют целые сайты вроде OhmyNews, где новостную ленту создают 40 тысяч добровольцев со всего мира. Их противники замечают, что настоящий репортаж и качественная аналитика блогеру не под силу и даже самые лучшие примеры «гражданской журналистики» сильно напоминают заводские многотиражки.<sup>5</sup>»

**Принцип шести рукопожатий.** Существует социологическая гипотеза, согласно которой любого человека на планете отделяют от любого другого человека максимум шесть рукопожатий. Еще в шестидесятые годы прошлого века социологами проводились успешные эксперименты, подтверждающие

---

<sup>5</sup> А.И.Акопов «Web 2.0» как предчувствие//Relga №6 [151] 25.04.2007. [электронный документ] <http://www.relga.ru/>

на практике данную гипотезу. Можно предположить что Веб 2.0 сократит это расстояние, до пяти или даже до четырех «рукопожатий», в частности посредством механизма социальных сетей. Последствия изменения этой социальной константы сейчас трудно предугадать, но то, что эти последствия будут значительны, несомненно. Что касается журналистики, отметим повышение роли социальных сетей в структуре общества, а также возникновение механизма обретения идентичности различными сообществами. Традиционная вещательная парадигма СМИ, ориентирующаяся на коммуникационную модель «один к многим», вследствие этих эффектов будет отходить на второй план, замещаясь диалоговыми формами взаимодействия источника и приемника информации. Но подобная форма взаимодействия возможна только в том случае, если и источник, и приемник субъектны. Массовое телевидение и массовая печать физически не допускают субъект-субъектных отношений с каждым зрителем или читателем. Поэтому письма читателей в газету или звонки зрителей во время передачи нельзя считать признаками интерактивности или диалоговости. В таких случаях отдельных представителей аудитории включают в совместное производство информационного продукта, как бы переводят на сторону вещателя. Но вполне возможен диалог не с массой, а с целевой аудиторией, которая сама себе идентична и, следовательно, субъектна. На наш взгляд, будущее СМИ за множественным полилогом субъективированных информационно-коммуникативных образований: сообществ, информационных агентств и изданий, многообразных интернет-ресурсов и т.п.

**Экономика и маркетинг 2.0.** Следует сказать и о новых способах ведения бизнеса, которые уже просматриваются в связи с развитием веб 2.0. Очевидно, что затронут они прежде всего информационные и информационно-коммуникативные рынки. Изменения касаются не только способов ведения рекламно-маркетинговой политики, при которой становятся неэффективными дорогие рекламные кампании, огромные рекламные щиты, специальные мероприятия и другие классические рычаги продвижения продукта на рынке. На смену всему этому приходят сарафанное радио, вирусная реклама, работа с блогами, клипы на YouTube, внедрение в социальные сети — что и подразумевается под термином «маркетинг 2.0».

Принципы ведения бизнеса в эпоху Веб 2.0 подчас противоречат устоявшимся представлениям о том, что такое бизнес. Бизнес веб 2.0 это: 1) бес-

платный сервис; 2) никаких секретов (например, софт с открытым кодом); 3) полное доверие между партнерами. Причем указанные параметры напрямую конвертируются в успех, а успех — в прибыль. Чтобы понять, как работает этот бизнес, проще представить эту схему в негативной форме. Чем больше приходится платить за сервис, чем больше закрытых зон, загадок и секретов и чем недоверчивее информационно-коммуникативное образование к своим партнерам, среди которых и случайный посетитель ресурса, тем более вероятно, что этот посетитель так и останется случайным посетителем, а не станет его постоянным соавтором. Это означает, что экономика веб 2.0 — это фактически экономика самообслуживания, при которой контент создается самими пользователями. При этом бесплатность сервисов означает, что за работу ни в коем случае нельзя платить никаких денег, главное — сконцентрироваться на том, чтобы пользователь получал удовольствие от процесса. Оплачивается это все, естественно, целевой рекламой, которая в новом дифференцированном (нацеленном на конкретного адресата) интерактивном и гипертекстовом виде теряет свойства манипулирования покупателем, а становится информационно-коммуникативным инструментом регуляции рынков, поскольку ее обращение дает информацию и производителям, и продавцам о действительных потребностях потенциального покупателя.

В глобальном плане информационно-коммуникативное пространство становится мощным конкурентом такого регулятора экономики, как мировые финансовые биржи, и одновременно вовлекает в производство уже вполне материальных вещей их же потребителей.

Здесь уместно выдвинуть гипотезу, что с развитием описанных технологий, устареет само понятие «общество потребления» и произойдет существенная трансформация соответствующих обществу потребления экономических и политических институтов. Это будущее общество можно определить как юзерсоциум<sup>6</sup>.

А.И.Акопов пишет: «Ни один серьезный капиталист, ни один политэконом представить себе не могли: деньги можно заработать, предоставляя трудящимся бесплатно и безвозмездно массу услуг, стоивших еще недавно баснословные деньги и потому недоступных массовому пользователю, т.е., осуществляя соци-

---

<sup>6</sup> Юзер — пользователь

алистические идеи и зарабатывая при этом, как ни странно, огромные прибыли. За счет чего? А вот как раз потому, что в сайты, куда входят миллионы посетителей, самые богатые инвесторы готовы вложить реальные миллионы самой крупной валюты, потому что самые богатые рекламодатели мечтают там разместить свою рекламу и вернуть любые затраты инвесторов сторицей. Произошло существенное событие: создатели сайта, журналисты и авторы сетевого издания впервые стали зависеть не от чужого дяди — спонсора, а от читателей! Соответственно, успех проекта стал зависеть от числа посетителей сайта, что, разумеется, более естественно. <...> А результат этих маркетинговых сдвигов таков. Рекламный рынок в России и в мире растет. Но если в России он составляет, по некоторым данным, 200 тысяч долларов, то в США — 280 миллионов долларов (!). Быстрый рост рекламного рынка в США произошел как раз из-за раскрутки технологий Второго Веба, но более впечатляюще выглядит их прогноз на ближайшее будущее: рост к 2010-му году в 6 раз — до 1,8 млрд долларов! Если в этой статистике и в этом прогнозе есть преувеличение, то в любом случае влияние на процесс со стороны Веб 2.0 очевидно, ибо цифры самого крупного порядка складываются из его компонентов, и это неоспоримо!<sup>7</sup>»

Веб 2.0 и связанные с ним понятия фолксномии, социальных сетей, блогов и т.п. нельзя отнести лишь к технологическим инновациям. По сути, все это в той или иной форме уже присутствовало в глобальных сетях. Это скорее новая идеология, а не технология. Речь, следовательно, должна идти не о возможности разнообразных сетевых сервисов, а о восприятии их аудиториями и возвращении на этой широко и быстро осваиваемой коммуникативной почве новых форм социальности и, возможно, политического поведения. Для наиболее активной части общества сеть стала не только жизненным пространством и референтом, но все чаще сферой профессиональной и экономической деятельности. Сетевые отношения формируют систему горизонтальных связей и специфических гипертекстовых коммуникативных практик. Поэтому можно ожидать, что модусы сетевого поведения через некоторое время в массовом порядке будут транслированы в оффлайновый мир.

---

<sup>7</sup> А.И.Акопов «Web 2.0» как предчувствие//Relga №6 [151] 25.04.2007. [электронный документ] <http://www.relga.ru/>

В этой связи важно попытаться предсказать последствия столкновения горизонтальных и вертикальных коммуникационных систем. В частности, социальных сетей и политических институтов, таксономических и фолксномических эпистем и т.п. Иными словами, современным социологам, социальным психологам, политологам, философам (как теоретикам, так и практикам) необходимо весьма внимательно отслеживать новые функционалы социальности, инициируемые внедрением технологий веб 2.0, а также следующих версий сети: веб 2.X, или веб X.0.

Затронутый вопрос в большей степени относится к сфере компетенции социологии, социальной философии и политологии, хотя подобные ожидаемые глобальные изменения социальной и политической динамики очевидно непосредственным образом затронут информационную политику каждого издания, в той степени, в которой это издание пожелает остаться в информационном пространстве. В этом плане «социальность 2.0» опосредованно будет влиять на формы журналистской деятельности. Однако в контексте настоящей работы более важно попытаться понять, насколько непосредственно изменится журналистика в связи с развитием этих технологий.

В уже цитированной нами работе «Веб 2.0 как предчувствие» А.И. Акопов называет один из подзаголовков так: «ВЕБ ДВА НОЛЬ КАК СМИ» показывая тем самым, что действительно имеет место зарождение, если не расцвет, журналистики, всю использующей эти технологии. Все это не может не вызывать дискуссий в мировом сообществе по поводу изменений условий функционирования журналистики как профессии. Правда, акцент в этих дискуссиях чаще делается на внедрение дилетантов и любителей в прежде узкопрофессиональную область, причем в таком масштабе, что создает конкуренцию профессионалам. «Если новостной сайт OhmyNews создают 50 тысяч волонтеров со всего мира, то какое СМИ может угнаться за ними? Ни в объеме информации, ни в оперативности никакое профессиональное информагентство не сравнится с этим сайтом, за исключением серьезного анализа и экспертизы событий, однако предоставление большого количества информации даст возможность умному реципиенту выбирать»<sup>8</sup>. Впрочем, анализ и экспертизу впоследствии также могут взять на себе волонтеры, вооруженные «умными» поисковыми

---

<sup>8</sup> Там же.

программами, так что неясно зачем учиться на журналиста, если любая кухарка сможет управлять медиа. «Один опытный главный редактор городской газеты при обсуждении данной темы сгоряча сравнил блогеров и прочих сетевых активистов массмедиа с обезьяной, которая, может быть, и догонит профессионала, но не раньше, чем через 100 лет»<sup>9</sup>. Опасения профессионалов понятны, поскольку они чувствуют, центр информационной активности действительно смещается в сторону интернета, где каждый сам себе журналист. Таким образом, ни работа в престижном издании, ни идентификация с каким либо медиумагнатом сегодня не гарантируют успешности и популярности журналиста. Наступление дилетантов посредством интернет представляет личную угрозу профессионалу, который может просто потерять работу.

Возникает парадоксальная ситуация, когда, с одной стороны, СМИ сверхооружены и сверхзначимы, а с другой — налицо размывание границ профессиональной журналистской деятельности, до степени неразличения с другими видами информационно-коммуникативной деятельности, как профессиональной так и любительской. Подобное противоречие действительно имеет место, однако ситуация не столь пессимистична для профессионалов, как кажется на первый взгляд. Просто происходит то, что приобрело название профессиональной революции, в частности, транспрофессионализация журналистской деятельности. На фоне этого процесса достаточно быстро переходят в профессиональную область многие открывшиеся посредством веб 2.0 виды деятельности. Классическим примером является блогинг. Ясно, что блог может сделать каждый, однако не каждый блог будут посещать люди. Успех блога зависит от таланта и от мастерства блогера. Причем сегодня некоторые PR-агентства уже предоставляют услуги по веб-сопровождению тех или иных маркетинговых кампаний, а некоторые фирмы держат в штате блогеров, которые «как бы между прочим» рассказывают о свойствах той или иной продукции. Данная ситуация вызвала к жизни широкую дискуссию в сети по поводу допустимости торговли блогами и блогерами. Один из участников этой дискуссии, как раз такой «продажный» блогер, работающий в одной достаточно крупной компании, высказал мнение, что это не только не вредный, а, напротив, весьма позитивный процесс. Поскольку блог, в отличие от других средств продвижения товара, защищен об-

---

<sup>9</sup> Там же.

ратной связью от лжи и манипулирования. Поэтому руководство компании, на которую работает блогер, не препятствует публикации негативной аналитической информации о своей продукции в сравнении с позитивной информацией об аналогах других производителей. Руководство понимает что, во-первых, главная цель — создание сообщества вокруг этого блога, а во-вторых, тот факт, что держится это сообщество на репутации блогера, потеря которой неминуема при первых же фактах намеренной лжеинформации. Этот пример показывает, что блогинг как часть веб 2.0 уже является профессиональной сферой деятельности и неслучайно многие популярные блогеры в той или иной форме связаны с журналистикой.

В целом же вполне можно согласиться с А.И.Акоповым, что «есть замечательное новое, по давнему и очень точному выражению Джона Барлоу — «продажа вина без бутылок!<sup>10</sup>» Нет бутылок, нет ящиков, нет автомобилей и поездов для перевозки информационного продукта, нет перевозчиков и грузчиков, вы потребляете продукт там, где он производится, и не зависите от бизнеса циников, которые встречаются между продуктом и Вами»<sup>11</sup>.

В этом главная особенность веб 2.0, и одновременно главный источник булущих потрясений в сфере журналистики.

2004

---

<sup>10</sup> А.И.Акопов цитирует известную одноименную статью Джона Барлоу посвященную экономике эпохи интернет.

<sup>11</sup> Там же.



## ШКОЛА

Для учителя, может быть, самое важное - не принимать себя всерьез, понимать, что он может научить совсем немногому.

*В. Распутин*

Человечеству открылось пространство, которое необходимо освоить и прежде всего необходимо образовывать.



Средневековая школа. Старинная гравюра.

## Парадигматика экопсихологии в технологии ДО

Наши попытки концептуальных разработок дистанционного образования опирались, помимо традиционных психолого-педагогических установок, и на положения, изучаемые в экологической психологии и психологии виртуальных реальностей.

Одной из главных практических задач экологической психологии является разработка научной основы для системы образования в ситуации, когда, с одной стороны, наблюдаются признаки рождения информационной цивилизации, а с другой — становится все более очевидной неготовность личности, общества и его функциональных подсистем (той же системы общего образования) адекватно реагировать на быстро меняющуюся структуру взаимодействия и деятельности.

Сегодня место рождения новых технологий и фундаментальных открытий явно переместилось из университетской науки в науку корпоративную. Это означает, что ученые — специалисты по подготовке кадров — оказываются менее компетентными в новых видах деятельности, чем их коллеги из производственных корпораций, они уже не в состоянии не только опережать развитие, но и просто успевать за ним.

Прогресс материального производства привел к дисбалансу: произведенная масспродукция все в меньшей степени наделяется превосходящими ее смыслами и все в большей степени обрекается на короткую жизнь с последующим превращением в городской мусор. Иными словами, в окружающий мир

выбрасывается больше энтропии, чем производится информации. В рамках концепции устойчивого развития этот дисбаланс необходимо преодолеть.

По мнению А.Д. Урсула, «из тезиса об опережении общественным сознанием бытия в ноосфере следует более конкретный вывод о необходимости в ходе ноосферогенеза опережающего развития информационных процессов по сравнению с материально–вещественными. Эта новая парадигма цивилизационного развития вместе с тем оказывается стратегией становления информационного общества, а значит — ускоренно-го, опережающего развития науки и образования»<sup>1</sup>.

Откуда следует два важных вывода:

- Система образования должна быть поставлена на первое место по значимости среди других функциональных систем общества. Это определяет ее целевую функцию из обслуживающей в производящую.
- Необходимо создание образовательных технологий, направленных на презентацию будущих форм бытия. Фактически образовательный процесс — это процесс погружения в виртуальный мир, актуализация потенциальных возможностей и освоения Себя — будущего.

Урок сущностно виртуален и проходит по законам, действующим в виртуальной реальности. Будущее потенциально присутствует в прошлом и возрождается в настоящем, однако актуализация его с помощью существующей образовательной системы становится все менее эффективной. Это происходит как из-за отставания (смещения назад по шкале времени научно–технического прогресса) смыслового центра образовательного процесса, так и из-за того, что образы будущего становятся все более сложными.

Для выхода из этой ситуации необходимо следующее:

- Разработка адекватных сверхзадаче образовательных технологий, использующих современные средства телекоммуникаций, а также психо-

---

<sup>1</sup>Урсул А.Д. Лекции по устойчивому развитию России и экологической безопасности // Экология. Охрана природы. Экологическая безопасность / WEB-CD. — М., 1998.

логические технологии, создаваемые в экопсихологии и психологии виртуальных реальностей.

- Экологизация и глобализация содержания образовательного процесса в широком смысле, т.е. ориентация на целостность знания, системность преподаваемых дисциплин, повышение степени их взаимосвязанности, приоритет знаний ноосферологического характера и всего того, что способствует культурному и духовному развитию личности.
- Непрерывность образования.

## Непрерывное образование

Непрерывное образование могло бы совмещать в себе преимущества академической и корпоративной школ. Причем не только в области профессиональной подготовки и переподготовки, но и в области формирования мировоззрения, в частности экологического.

Современность требует от системы образования по крайней мере двух вещей:

- Во-первых, специалист должен постоянно находиться (реально на бытовом уровне так и происходит: «век живи — век учись») в образовательной системе, совершенствуя свои знания и умения, обновляя их настолько, чтобы обеспечивалось (по мере необходимости) быстрое и кардинальное изменение структуры деятельности.
- Во-вторых, непрерывного личностного роста, обусловленного деятельностью, связанной с участием в образовательном процессе.

Однако ни та, ни другая задача нынешней традиционной системой образования пока не решается.

Более того, господствующая в технологии образования антропологическая парадигма предполагает, что цель образования, обучения и воспитания выражается во внешнем, формирующем, воздействии общества на личность средствами образовательной системы. Личность при этом уподобляется глине, из которой общество вылепляет нужный ему образ. Обучающийся рассматри-

вается такой системой в качестве объекта воздействия, и уже потому попытки привить ей задачи индивидуализации (субъективации) обучающегося — как противоречащие ее целевым функциям — обречены на неудачу.

Поэтому, вероятно, следует ждать рождения принципиально новой технологии, основанной на иной антропологической парадигме, при которой образовательная система откажется от насильственного форматирования обучающегося и сосредоточится на задачах управления образовательным процессом и обеспечения условий его протекания. Субъектом образовательной деятельности при такой постановке станет сам обучающийся. От образовательной системы в этом случае потребуются одно: постоянное обеспечение субъекта деятельности необходимой информацией в удобной для него форме и в удобное для него время.

Можно утверждать, что в какой-то своей части (в прообразе или эскизе) подобное уже начинает реализовываться.

Во-первых, за какую-то пару десятков лет человечеству открылся новый Мир — информационное пространство, связанное сетью телекоммуникаций, что и позволило актуализировать глобальные проблемы.

Во-вторых, это пространство для многих его обитателей стало не столько гигантской библиотекой, сколько деятельной средой, жизненным миром. Не с помощью интернета, а в интернете уже осуществляется сегодня деятельность многих людей.

*Человечеству открылось пространство, которое необходимо освоить и прежде всего необходимо образовывать.*

Вот почему образование в киберпространстве должно с самого начала быть экологичным как по форме, так и по содержанию.

## Дистантное образование

Очная система образования связывает петли отрицательной обратной связи профессионализм и способность к обновлению личности информацией, реально ограничивающей возможности роста компетентности. Здесь уместно вспомнить известный принцип дорастания карьеры до уровня некомпетентности. Дистантное образование с использованием современных средств теле-

коммуникаций предлагает на сегодня наиболее оптимальный выход из этой ситуации.

Непрерывное дистантное образование позволяет всегда оставаться актуальным. Оно дает возможность включать в образовательную систему передовых ученых, производящих новое знание, в отличие от традиционной образовательной системы, переваривающей в течение некоторого времени (около 5–6 лет) новые достижения науки (система с «мертвым временем»).

В дистантном образовании обучение становится многокомпонентным интеллектуальным трудом и школой управления интеллектуальным трудом, поскольку предполагает интерактивное взаимодействие обучающегося с совокупным (преподаватели плюс другие студенты) субъектом информационной среды. Среда является одновременно предметом интеллектуальной деятельности и ее субъектом (среда плюс обучающийся). Она выступает в качестве инструмента расширения сознания и памяти человека и становится формой бытия индивидуального сознания и памяти. Процессы, происходящие внутри, репрезентируются во вне и наоборот.

Концептуальным нововведением было бы определение понятия виртуальной образовательной среды, выступающей в роли Учителя, репрезентирующей многообразие жизненных реальностей.

В киберпространстве рождается Институт Учителя, и в него необходимо войти совокупным интеллектуальным и культурным силам общества.

Только тогда с появлением интернета система образования будет работать на Образ Человека, а не окукливать нас Всемирной паутиной.

## Профессиональная социализация в e-Learning

Некоторые специалисты утверждают, что удаленный характер процесса обучения сопровождается отчуждением обучающегося от учебного заведения: якобы только присутствие студента в стенах вуза обеспечивает то, что можно назвать первичной профессиональной социализацией. Поэтому полагают они, — полноценное образование можно получить только при его очной форме, когда студенты погружаются в педагогическую среду, вступают в личные коммуникации с «профессором», в котором отражается идеальный образ профессионала. Иногда можно услышать, что обучение в вузе — это особый вид инициации, приобщающий студента к новой социальной роли и новому социальному статусу, презентуемому профессорско-преподавательским коллективом. Собственно, именно в этом зачастую и видят главный смысл университетского образования.

Разумеется, заочная и вечерняя формы в этом плане проигрывают очному обучению. Но еще сильнее, по мнению многих экспертов, отделяют студентов от преподавателей технологии e-Learning.

На мой взгляд, мы имеем здесь дело с явной недооценкой возможностей дистанционного обучения, отчасти связанной с тем, что далеко не весь его потенциал реализуется на практике. Цель настоящей статьи — показать, что дистанционное обучение с помощью интернета не только не уступает очной форме, но по некоторым параметрам и превосходит ее.

## Социализация, профессионализация и профессиональная социализация

Принято считать, что задачей средней школы является социализация, а высшей школы — социализация профессиональная. Между тем очевидно, что профессиональная социализация осуществляется не только высшей школой, но и другими образовательными институтами, а задача социализации не завершается на этапе школы. Поэтому под профессиональной социализацией, как правило понимают совмещение двух задач — профессионализации и социализации.

Такой подход просматривается в известной трехэлементной схеме Н.Ф. Тальзиной<sup>1</sup>. Она выделяет в модели специалиста характеристики, связанные с 1) особенностями нашего века; 2) социально-политическим строем страны, его духовно-нравственной системой; 3) требованиями профессии, как таковой.

Вместе с тем в работах, посвященных проблеме профессиональной социализации, чаще всего можно отметить явное доминирование профессионализации в самой постановке вопроса. Опираясь термином «профессиональная социализация», некоторые исследователи в большей степени отражают в нем аспекты профессионализации, причем подразумевают под этим социальные взаимодействия, связанные с профессиональными отношениями и профессиональной деятельностью. Этот вид социализации осуществляется на трех уровнях: институциональном, групповом и личностном. Институциональный уровень формирует профессиональные качества специалиста, обуславливает его жизнеспособность. Групповой уровень определяется социокультурной средой, окружающей человека. Профессиональная группа, к которой принадлежит специалист, воздействует на него, оказывает влияние на его дальнейшее профессиональное поведение. Личностный уровень связан с формированием собственного профессионального опыта индивида, включенного в сферу профессиональной деятельности<sup>2</sup>.

Можно подойти к этому вопросу несколько иначе, в соответствии с моделью, разработанной нами в 2002 году в рамках диссертационного исследования.

---

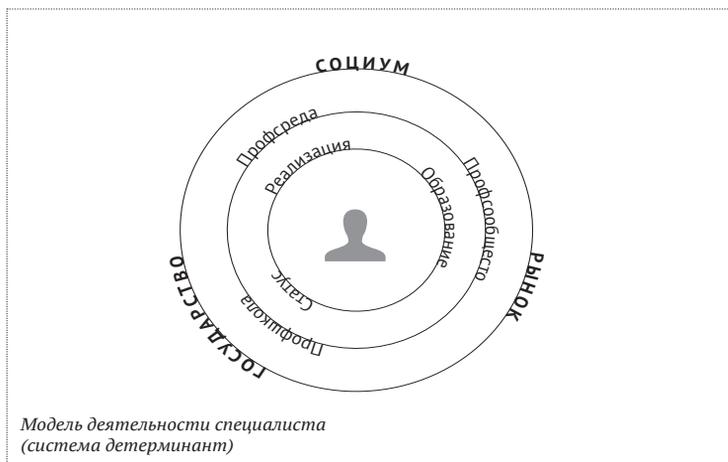
<sup>1</sup> См.: Тальзина Н.Ф. Теоретические проблемы разработки модели специалиста // Современная высшая школа. М., 1986. № 2/54. С. 75-86.

<sup>2</sup> См.: Вайсбург А.В. Проблемы профессиональной социализации социологов в регионе // Регионоведение. М., 2009. № 1. URL: <http://regionsar.ru>

Впоследствии она неоднократно применялась для описания различных профессий и подготовки образовательных программ.

Наша модель была разработана на основе рассмотрения «профессиональной среды» в качестве основного системообразующего фактора и выделения трех групп детерминант, задающих требования к профессионализму. Первая группа — внешние относительно профессиональной среды детерминанты (требования государства, требования социума, требования рынка); вторая группа — внутренние (нормы деятельности профессиональной среды, профессионального сообщества, профессиональной школы); третья группа — личностные детерминанты (удовлетворение потребностей в образовании, в самореализации, в социальном статусе). Схема модели специалиста, построенная на этой основе приведена на рисунке (рис. 1).

Рисунок 1. Модель специалиста



Процесс профессиональной социализации можно рассматривать как процесс адаптации к профессиональной среде, что подразумевает установление эффективных коммуникаций со всеми описанными выше объектами. Иными словами, специалист, выходящий из стен вуза, должен понимать, на выполнение какого социального заказа ориентирована его профессиональная деятельность; как она регулируется государством; какова ее рыночная позиция и стоимость; как нормируется эта деятельность средой, в которой она осущест-

вляется; какова его связь с профессиональной школой; каковы основные ценности субкультуры профсообщества, с которым он теперь себя идентифицирует. Наконец, он должен трезво оценить, могут ли оправдаться его ожидания относительно изменения статуса, самореализации, самосовершенствования и личностного роста и что для этого нужно сделать.

В итоге специалист обретает многослойную идентичность, т.е. осознает себя как профессионал и внутри профсреды, и внутри социума, и как часть корпоративного субъекта внутри социума и государства. Решение этой задачи требует эффективной циркуляции знаний в процессе построения коммуникаций и осуществления своей деятельности. Именно на это будто бы и направлена образовательная система, именно для этого она будто бы и нужна.

Однако сложность заключается в том, что присущие процессу профессиональной социализации знания принадлежат качественно разным типам и далеко не все из них родственны университетской образовательной системе. В профессиональной образовательной среде функционируют в основном знания научно-образовательного и научного типов. Что же касается необходимых для практической деятельности организационных, нормативно-правовых, маркетинговых и других знаний, то вуз в состоянии помочь в их освоении лишь частично, в лучшем случае — имитируя в рамках учебных процедур элементы практической деятельности со свойственными ей отношениями и коммуникациями. Причем в силу того, что практические знания отличаются от академических не только содержанием, но и формой, подобная имитация может осуществляться лишь в знаниевой форме, почти не затрагивая деятельностные и коммуникативные ее аспекты.

Поэтому с коммуникативной позиции задача профессиональной социализации должна быть переопределена, а точнее — дополнена задачей накопления социального капитала, которая успешно решается средствами интернет-обучения.

### **Цель обучения в высшей школе — приращение социального капитала**

Автор недавно вышедшего на русском языке бестселлера «Власть» Джеффри Pfeffer предлагает следующее определение социального капитала:

«Поведение, направленное на построение, поддержание и использование неформальных отношений, обладающих (потенциально) выгодой в виде облегчения связанных с работой действий, потому что люди добровольно предоставляют доступ к ресурсам и максимально используют возникающие от этого преимущества»<sup>3</sup>.

Создаваемая система контактов, центрированная личностью, и определяет, в сущности, то, что называется социальным капиталом личности — важной составляющей человеческого капитала. Для его формирования необходимы построение, поддержка и использование как внутренних (относительно актуальной деятельности и связанной с ней организационной среды), так и внешних коммуникаций. Фактически речь идет о формировании собственной социальной сети, предназначенной не только для обмена знаниями, но и для решения личных задач.

Социальный капитал (social capital) личности, таким образом, можно трактовать как совокупность потенциальных коммуникаций и зависящих от них норм и ценностей, принятие которых позволяет запускать механизмы социального и делового взаимодействия.

Академическая среда способствует формированию социального капитала, складывающегося из неформальных связей с однокурсниками и формальных связей с преподавателями, т.е. представляет собой структуру с горизонтальными и вертикальными (иерархическими) компонентами. С помощью этой коммуникативной структуры транслируются академические ценности и нормы, которые впоследствии становятся фундаментом культуры специалиста с высшим образованием, а в некоторых случаях являются основой различия «свой — чужой» в сферах политики и бизнеса.

Этим во многом объясняется факт успешности выпускников престижных вузов. Последнее, однако, относится лишь к очень небольшой части высших учебных заведений. В большинстве же случаев академические ценности и нормы оказываются несоотносимы с ценностями и нормами организационной культуры работодателей. Именно ценностно-нормативный диссонанс, а отнюдь не отсутствие специальных профессиональных знаний и умений у моло-

---

<sup>3</sup> Пфеффер Дж. Власть. Почему у одних она есть, а у других — нет / Пер. с англ. А. Яковенко. М., 2011. С. 110.

дого специалиста приводит к необходимости длительного (от шести месяцев до года) процесса адаптации к профессиональной среде. Последнее обстоятельство является основой претензий со стороны практиков к высшей школе и к качеству образования. Однако эти претензии чаще всего необоснованны, поскольку, во-первых, качество образования — как в традиционном понимании (знания — умения — навыки), так и в новом, активно сейчас внедряемом, компетентностном формате — тут ни при чем, а во-вторых, высшая школа (по описанным выше причинам) не в состоянии самостоятельно решить эту задачу.

### Как может помочь в решении задачи социальной профессионализации интернет-обучение?

В статье гипертекстовой энциклопедии Letopisi.Ru, посвященной так называемому «коннективизму», сказано, что «обучение — это процесс создания сети. Узлами могут быть внешние сущности, которые мы можем использовать для формирования сети. Узлами могут быть люди, организации, библиотеки, веб-сайты, книги, журналы, базы данных или любой другой источник информации. Акт обучения заключается в создании внешней сети узлов, которые мы подключаем в форме источников информации и знаний»<sup>4</sup>. Возможно, это звучит слишком радикально, зато именно такой подход полностью корреспондирует с нашим тезисом, что ни компетенций, ни знаний, умений и навыков явно недостаточно для обретения полноценной социальной профессионализации.

Понятие коннективизма введено в научный обиход Вилемом Флюссером<sup>5</sup>. Оно основывается на концепции сети как сложноорганизованной, многомерной, самоорганизующейся системе, опыт взаимодействия с которой формирует образ профессиональной деятельности и образ себя в деятельности, что и является основой успешности и профессионализации.

Конечно же, приобрести такой опыт сегодня можно, только активно участвуя в социальных сетях, особенно в тех, которые специально предназначены для научного и профессионального общения. Как справедливо замечает Е. Патаракин, «сеть перестала быть лишь средой передачи информации и транс-

<sup>4</sup> URL: <http://www.letopisi.ru/index.php/коннективизм>

<sup>5</sup> Flusser V. *Kommunikologie*. Frankfurt: Fischer Taschenbuch Verlag, 1996.

портным каналом доставки знаний. Она стала местом, где учащиеся находятся постоянно, где они совершают самостоятельные действия при помощи социальных сервисов, помогающих им думать и действовать вместе»<sup>6</sup>. К этим словам следует добавить, что коммуникативная сеть захватывает все более значительную часть профессиональной среды современного специалиста практически во всех сферах деятельности.

Так, например, на базе Казанского государственного университета специально для студентов, аспирантов и преподавателей факультета журналистики создана социальная сеть MediArt (<http://mediart.ru>). Рубрикатор блога сети выглядит следующим образом: журналистика, связи с общественностью, реклама, маркетинг, бойцовский клуб, медиа/ спец/ вакансии, кинолитература, фестивали-конкурсы-конференции, курсы-тренинги-УМК, студия В.В.С., исследования. В публикациях присутствуют и качественные журналистские статьи на актуальные темы, и курсовые и дипломные работы, и учебно-методические материалы, и объявления о предстоящих событиях — конкурсах, олимпиадах и т.п. Публикации активно комментируются и обсуждаются. Таким образом, организаторам ресурса удалось объединить учебный процесс с работой в сети, что особенно важно для студентов, которые приобретают практический опыт журналистской работы.

MediArt можно рассматривать как профессиональное интернет-СМИ современного типа, поскольку он основан на технологиях веб 2.0. В этой связи сошлемся на мнение одного из его организаторов. На вопрос: «Стал ли сайт практической площадкой для студентов, обучающихся по специализации интернет-журналистика?» он ответил: «Конечно. Мы пробуем делать некий канал коммуникации, на базе которого студенты учились бы не просто размещать материалы, но пытаться работать со специализированными аудиториями. Сейчас в университете нет телетрансляторов, как это было раньше, а у нас на сайте студенты и преподаватели могут получить отклики на свои материалы. Кроме трех изначально запланированных рубрик, был запущен механизм четырех форумов, касающихся карьеры и работы, общения, корпорации и критического разбора творчества СМИ РТ. Все они популярны. Здесь можно узнать, интере-

---

<sup>6</sup> Патаракин Е.Д. Построение учебной среды из множества личных «кирпичиков» // Высшее образование в России. М., 2008. №8. С. 59.

сен ли твой материал, какова его оценка читателями»<sup>7</sup>. Данная сеть погружает обучающихся непосредственно в практическую деятельность без отрыва от учебного процесса, что способствует усвоению ценностей и норм профессиональной среды, т.е. искомой профессиональной социализации. MediArt подобен черенку, привитому к дереву традиционного образования, и, как показывает практика, новая ветвь оказывается вполне жизнеспособной и плодоносной.

В педагогике ближнего зарубежья также активно проводятся эксперименты по организации образовательных процедур, реализуемых исключительно сетевыми средствами в рамках концепции коннекционизма. Стоит упомянуть проект В.Н. Кухаренко (Украина), смысл которого — в организации сетевого образовательного и самообразовательного взаимодействия с помощью средств, инструментов и сервисов, освоенных его пользователями. Для участия в нем не обязательно подключаться к какой-то определенной платформе, например, к системе дистанционного обучения Moodle (хотя такая рекомендация присутствует), можно использовать то, чем каждый участник уже владеет (электронная почта, блоги, сайты, сообщества в социальных сетях, сервисы Google, Twitter, вебинары и т.п.). Допускается и самостоятельный выбор целей обучения, от которых зависит степень погруженности в сам процесс. В результате прохождения такого курса участник наращивает как коммуникационно-технологическую, так и педагогико-технологическую вооруженность, не говоря уже о том, что в процессе обучения он формирует собственную систему контактов, т.е. наращивает личный социальный капитал. Другим побочным продуктом этой системы является апробация различных сервисов в решении образовательных задач, а курс становится лабораторией новых педагогических методов и технологий. Подобного рода эксперименты группируются вокруг сетевого сообщества e-Learning ПР О (<http://elearningПР.о.ру>), которое объединяет профессионалов, работающих в области дистанционного обучения.

Надо сказать, что в этих проектах задача профессиональной социализации и связанная с ней задача накопления личного социального капитала непосредственно не ставятся, хотя сами условия организации учебного процесса это предполагают. В дальнейшем было бы полезно явно включить эти позиции в список целей обучения, например, в форме создания или развития соответству-

---

<sup>7</sup> Медийный ART-обстрел // Казанский университет. 2005. №16, октябрь.

ющих сообществ практики, предполагающих привлечение и тех пользователей, которые не являются участниками учебного процесса. Подобная задача была поставлена перед студентами отделения «Связи с общественностью» в рамках преподаваемого автором данной статьи курса «Теория и практика организации сообществ», но о степени формирующейся при ее решении профессиональной социализации пока говорить преждевременно.

Итак, социальные сети пока еще не являются до конца востребованным ресурсом для решения задач профессиональной социализации. Использование их в учебном процессе может компенсировать ограничения традиционных форм образования даже в том случае, когда обучение с использованием e-Learning осуществляется полностью в удаленном режиме.

## Elearning как инструмент медиаобразования

Общим местом в научном и обыденном дискурсе современности стало убеждение в том, что окружающая нас реальность является нашей конструкцией. То, что представляется наивному сознанию «объективной» реальностью, на самом деле есть интеграл нашего личного осмысления происходящих событий и интерпретаций, предлагаемых множественными информационно-коммуникативными практиками, которые можно обозначить общим понятием «медиа». Например, и феномен так называемого клипового мышления, и брендированное визуальное пространство города, и мелькающие картинки телевидения, и путешествия по окнам операционной системы Windows — все то, из чего складывается картина мира современного человека, является результатом работы этого «конструктора». Эпистема обыденности сегодня — набор не связанных друг с другом знаниевых фреймов-клипов, в точности иллюстрирующих бодрийеровское понятие «симулякр».

Вооруженные новейшими технологиями, информационно-коммуникативные практики (СМИ, реклама, политтехнологии, PR) формируют «данную нам в ощущении» реальность, не оставляя возможности осваивать ее самостоятельно и непосредственно. Речь идет о том, что М. Фуко называл тотализирующим дискурсом: реальность конструируется, проектируется, сценируется.

Подобная трактовка реальности характерна для постмодернистской традиции со свойственным ей абсолютным релятивизмом, приводящим к отказу от классического понятия истины. В социальной психологии такое отношение

к реальности получило название «социального конструкционизма». Автором термина считается К. Джерджен. Социальный конструкционизм представляет собой широкое мультидисциплинарное интеллектуальное движение, которое благодаря своим базовым мировоззренческим постулатам объединяет психологов, социологов, антропологов, социолингвистов, этнографов, историков культуры и теоретиков феминизма, акцентирующих историческую подвижность и культурную гетерогенность социальных категорий и понятий<sup>1</sup>. Суть этого направления можно обозначить как постулирование коммуникативной природы знания: «это означает рассмотрение знания как побочного продукта не индивидуальных сознаний, а коммунальных отношений... все значащие пропозиции, касающиеся реального и правильного, имеют своим истоком отношения»<sup>2</sup>. Реалистивистская природа медиа активно противостоит нормативной природе образования и науки, что приводит к шизофреническому расщеплению не только знания, но и социальных отношений. Таким образом, представление о реальности, формируемое в рамках этого подхода, с необходимостью предполагает включение фактора конструируемости.

Концепт социального конструкционизма, при всей его спорности, отражает объективный процесс расширения и роста множественных информационно-коммуникативных практик. Фактически речь идет о новом цивилизационном вызове, брошенном как каждому современному человеку, так и целым социальным институтам, прежде всего — институтам образования и науки.

Следовательно, возникает социальная потребность в выработке культурных норм восприятия посланий различных информационно-коммуникативных практик: журналистики, ПР, рекламы, — т.е. потребность в медиакультуре.

Медиакультура — это особый тип культуры информационной эпохи, являющийся посредником между обществом и государством, социумом и властью, но главное — между медиа и личностью. Медиакультура подразумевает нормы восприятия и передачи информации, т.е. способность личности ее воспринимать, анализировать, оценивать, а также заниматься медиатворчеством, адаптироваться в меняющейся медиасреде.

---

<sup>1</sup> См.: Якимова Е.В. Социальное конструирование реальности: соц.-психол. подходы: науч.-аналит. обзор. М., 1999. С.115.

<sup>2</sup> Джерджен К. Социальное конструирование и педагогическая практика // Образовательные практики: амплификация маргинальности. Альманах № 4. Минск: Технопринт, 2000. С. 74.

Лекарством от тотализирующего, манипулятивного дискурса социального конструктивизма является медиаобразование. В связи с актуальностью проблемы российское педагогическое и научное сообщество активно включилось в обсуждение содержания и форм медиаобразования. Была создана Ассоциация кинообразования и медиапедагогике России (президент — доктор педагогических наук, профессор А. В. Федоров), проводятся научные исследования, с января 2005 г. выходит специальный журнал «Медиаобразование». «С учетом того, что ЮНЕСКО определило медиаобразование как приоритетную область культурно-педагогического развития XXI века, медиапедагогика имеет большие перспективы. Медиаобразование с его богатой историей и обширной географией оказывается все более востребованным, а главное — необходимым в современной российской социокультурной ситуации»<sup>3</sup>.

Медиаобразование сегодня реализуется в рамках:

- общего среднего образования, а также дополнительного образования школьников;
- непрофильного профессионального образования (высшего и среднего уровня) и дополнительного образования студентов;
- образовательных программ профессиональной подготовки, переподготовки и повышения квалификации специалистов в области социальных коммуникаций (журналистов, PR-менеджеров, рекламистов, кинематографистов, медиакритиков, редакторов, продюсеров и т.д.);
- образовательных программ профессиональной подготовки, переподготовки и повышения квалификации педагогов;
- непрерывного самостоятельного медиаобразования для всех аудиторий с использованием дистанционных технологий обучения.

Близким к понятию «медиакультура» является понятие «информационная культура». Актуальность исследования проблем информационной культуры вызвана существенным увеличением информационных потоков, усложнением информационных технологий и необходимостью выработки культурных норм работы с информацией. Под информационной культурой подразумевается не только элементарная пользовательская грамотность, но и способность ориен-

<sup>3</sup> Кирилова Н. Что такое медиакультура? // ТелеЦЕНТР. 2005. №4(12).

тироваться в киберпространстве, способность отличать качественную информацию от некачественной, знать и соблюдать этические правила поведения в киберсреде. Конечно, все это зависит от общей культуры личности, интуиции и интеллекта, однако этому можно учиться посредством педагогической трансляции критериев качества информации. Впрочем, прежде их необходимо выработать, что является отдельной научной проблемой, имеющей прямое отношение к содержанию медиаобразования на всех уровнях и для всех аудиторий.

Информационная и медиакультура сегодня — это неотъемлемые компоненты общечеловеческой культуры, а их выделение является следствием цивилизационного процесса формирования информационного общества. Вместе с тем эти понятия часто различают: информационная культура понимается как компьютерная грамотность или как навыки пользования библиотекой, а медиакультура — как норма взаимодействия со СМИ. По нашему мнению, подобная суженная трактовка этих фундаментальных феноменов культурного процесса не идет на пользу пониманию того, с чем мы сталкиваемся на самом деле. Возможно, нет смысла различать эти понятия, поскольку у них имеется достаточно определенная общая зона ответственности. Задача формирования и информационной, и медиакультуры сводится к нормированию индивидуального мировоззрения, индивидуальной картины мира, индивидуальной философии, опосредованных взаимодействием с многообразными областями социально-коммуникативных практик.

Сегодня появляется необходимость и возможность говорить о медиавсеобуче, т.е. о массовом медиаобразовании. Его предпосылкой является развитие новых технологий, прежде всего — компьютерных. На наш взгляд, одним из плацдармов, на котором можно эффективно и целенаправленно развернуть формирование и информационной, и медиакультуры, являются дистанционные технологии образования средствами интернета (e-Learning). Они могут послужить противовесом деструктивному воздействию идеологии социального конструкционизма в практике медиа.

Действительно, интернет можно рассматривать одновременно и как среду обучения, и как медиасреду. Это стало особенно очевидно с распространением технологий веб 2.0 в преддверии появления семантического веба (веб 3.0). Обучение и самообучение в них предполагают определенный уровень информа-

ционной и медиа-культуры. Такое явление, как социальная сеть, может быть рассмотрено в равной мере и как новый тип СМИ, и как образовательный ресурс<sup>4</sup>.

Условием эффективности образовательного процесса становится производство нового интеллектуального продукта. Следует отметить, что, помимо дидактической задачи, здесь потенциально присутствует такое качество, как возможность доращивания и корректировки исходного учебного материала в процессе обучения. Учебный материал приобретает свойство версильности, которое является одним из базовых инноваций технологий веб 2.0. Одним из условий обучения является создание коммуникативной структуры, составленной из непосредственных участников процесса — учителей и учеников, связей между ними, а также всех иных связей, порождаемых в процессе обучения. Важно отметить, что эта структура, являясь, по сути, моделью социальной сети, может выходить за временные и тематические рамки учебного курса, продолжая свое существование, например, в качестве индивидуального коммуникативного ресурса не только учебной, но и профессиональной деятельности. Этими же словами можно было бы характеризовать интерактивную гипертекстовую медиасреду, формирующуюся в интернете.

К сожалению, задачи и принципы медиаобразования пока не входят непосредственно в содержание образовательных программ. Иными словами, можно констатировать, что дистанционное образование является до сих пор неиспользованным ресурсом формирования и медиа-, и информационной культуры.

Интерактивный гипертекстовый сектор медиaprостранства — это неограниченный и пополняемый ресурс самой разнообразной информации, которую можно рассматривать и как основу для наполнения образовательных программ, и как предмет учебных исследовательских работ. Кроме того, интернет является внешней референтной аудиторией, которой можно поручить апробацию выполненных учебных заданий. Иными словами, слияние медиа и образовательных технологий в ДО происходит само по себе, но будучи сознательно направляемым, даст шанс сформировать личность, способную ориентироваться и выбирать, что, в свою очередь, не может не повлиять на систему образования

---

<sup>4</sup> См.: Став Дж. Б. Общеввропейский образовательный проект: опыт использования аудио- и видеосредств связи // Высшее образование в России. 2007. №4. С. 103105; Пухальская В. Подкастинг — новый образовательный ресурс // Высшее образование в России. 2008. №12. С. 130133; Андреев А. Открытые образовательные ресурсы // Высшее образование в России. 2008. №9. С. 114-116.

в целом. «Потому что e-Learning — это неотъемлемая часть образовательного процесса в любой форме получения образования, а использование e-Learning как инструмента предполагает создание новых путей развития методик и форм обучения, в частности обогащение традиционных форм обучения, реализацию смешанных моделей обучения, различные комбинации обучения на рабочем месте с другими формами получения образования. E-Learning в этом смысле позволяет преобразовывать контент образования, повышать мобильность и креативность учебных планов и программ, открывает возможности проектирования и конструирования разнообразных инструментов формирования профессиональной компетенции»<sup>5</sup>.

2003

---

<sup>5</sup> Рубин Ю. E-Learning: от экстремального обучения к упорядоченной системе // Высшее образование в России. 2007. №11. С. 36.

## Нелинейная педагогика

Между методами обучения, актуальными формами представления, производства и трансляции знания, а также технологическими инновациями в сфере информатизации существует достаточно сильная связь. Прогресс в информационных и коммуникационных технологиях, не смотря на естественный консерватизм педагогики, рано или поздно сказывается на формах педагогической деятельности. Однако разработчики информационно-коммуникативных средств далеко не всегда являются специалистами в педагогике, и, по этому, далеко не всегда способны полностью оценить дидактический потенциал созданных ими машин.

Так, например, на вебстранице Moodle (популярный движок для организации дистанционного образования: [[http://docs.moodle.org/ru/%D0%9E\\_Moodle](http://docs.moodle.org/ru/%D0%9E_Moodle)]) опубликован русский перевод статьи разработчиков этой системы о философии положенной в основу данного продукта, и философии обучения, которое предполагается осуществлять с его помощью: «дизайн и разработка направляются особой философией обучения, которую можно вкратце назвать «педагогика социального конструкционизма» (social constructionist pedagogy)».

Причем, автор перевода в преамбуле обращается к коллегам с просьбой помочь уточнить используемые термины. Используемая авторами концепции moodle терминология действительно слабо согласуется с традиционным педагогическим тезаурусом, однако требует обсуждения, хотя бы потому, что затрагивает базовые позиции традиционной дидактики и педагогики в целом.

В этой статье понятие педагогики социального конструкционизма последовательно выводится из понятий конструктивизма, и конструкционизма. В завершении, в качестве четвертого базового концепта, вводится различие «вовлечённого» и «отвлечённого» поведения в процессе обучения.

При рассмотрении концепта «*конструктивизм*» разработчики постулируют понимание знания как конструкции интерпретируемого фрагмента реальности. Это положение хорошо согласуется с постнеклассическим подходом в науке, согласно которому предмет исследования конструируется исследователем прежде чем начинается само исследование. Этим снимается противоречие между императивом объективации предмета исследования, и допущением зависимости результата наблюдения от наблюдателя.

Рассмотрение знания, полученного в результате обучения, как конструкции продуцированной самим обучающимся существенно смещает акценты педагогического процесса в сторону активного самообучения. Действительно, функция преподавательской деятельности, традиционно заключающаяся в транспортировке знания из некоторого культурного хранилища в сознание учеников, преобразуется в формирование условий для индивидуальной интерпретации информации, которая невозможна без совместной работы учителя и ученика по воспроизводству смысла. Последнее есть не что иное, как классическое сократовское родовспоможение мысли — майевтика (Греч. *Μαιευτική* — букв. — повивальное искусство). По этому данный концепт можно было бы назвать майевтическим конструктивизмом.

Со второй позицией — *конструкционизмом* — сложнее. По сути, речь идет, об известном принципе обучения в действии, который в более узком значении сводится к проектному методу. Иными словами, условием эффективности образовательного процесса является необходимость производства нового интеллектуального продукта. Следует отметить, что помимо дидактической задачи, здесь потенциально скрыто новое качество, а именно возможность доращивания и корректировки исходного учебного материала в процессе обучения. Иными словами, учебный материал приобретает свойство версильности — которое является одним из базовых инноваций технологий WEB2.0. именуется иногда «вечная бета». Педагогике, вероятно, будет не просто свыкнуться с мыслью, что преподаваемое знание обладает принципиальной незавершенностью и недоделанностью, хотя на практике именно так повсеместно и

происходит. Что касается терминологии — то этот принцип можно было обозначить как «вариативная продуктивность».

Третья позиция — *социальный конструктивизм* — подразумевает, что одним из условий обучения является создание коммуникативной структуры составленной из непосредственных участников процесса учителей и учеников, связей между ними, а также всех иных связей порожденных в процессе обучения, т.е. некоторой социальной конструкцией, обеспечивающей учебный процесс. Важно отметить, что эта структура, являясь по сути моделью социальной сети, может выходить за временные и тематические рамки учебного курса, продолжая, свое существование, например, в качестве индивидуального коммуникативного ресурса не только учебной но и профессиональной деятельности. Насколько адекватен термин «педагогика социального конструкционизма» пока сказать трудно. С одной стороны он корреспондируется с другим важным принципом технологии WEB2.0 — социальности, с другой стороны само понятие социальности здесь и ее конструирования требует серьезного уточнения, поскольку социализация индивида задача любой педагогики. Здесь же речь идет о формировании достаточно специфических форм социальности, ориентированных на сетевое телекоммуникационное взаимодействие. В этой связи его можно было бы обозначить, как принцип коммуникативной (или социальной) синергии.

Четвертая позиция — *различение «отвлечённого» и «вовлечённого» поведения в процессе обучения* — базируется, насколько можно понять из перевода, на различении догматического стиля аргументации «объективность, логика, рациональность» и вариативного «субъективность, креативность, эмоциональность». В первом случае происходит перенаправление на внешний источник знания (начетничество), во втором знание рождается в процессе дискурса (уже упоминавшаяся майевтика).

Очевидно, что оптимальная стратегия заключается в балансе между этими двумя полюсами, причем этот баланс зависит от контекста, т.е. от обсуждаемой темы и задачи. Это не маловажное различие, однако, оно представляется более частным, чем три предыдущие. Его цель — ориентирование участников на определенный стиль поведения, но выбор этого стиля все равно остается за участником. Во всяком случае, в самом программном продукте нет ничего, чтобы способствовало этому выбору. По этому, данный пункт в документе под на-

званием «философия moodle» вероятно не уместен. Он был бы более уместен, в каких ни будь методических рекомендациях по работе в системе. Если говорить о терминах «отвлеченное — вовлеченное» то здесь можно попытаться найти более адекватные слова. Может быть даже так (почти по Вернатскому): «косное — живое знание», или «узнавание — *познавание*».

Итак, в преобразованных терминах философия moodle может быть представлена в форме 4-х базовых концепций:

- 1) Майевтический конструктивизм
- 2) Вариативная продуктивность
- 3) Коммуникативная или социальная синергия
- 4) Стратегии узнавания — познания

Если же говорить о новых формах обучения и образования в сети в целом (именно в сети, а не средствами сети) то к перечисленному следует добавить еще ряд позиций, являющихся следствием специфики сетевого взаимодействия. Иными словами, педагогическая коммуникация в сети дополняется рядом свойств, присущих топологии сети.

Прежде следует обратить внимание на характер *социальности* формирующейся в педагогическом процессе, осуществляемом в интернет. Образцом могут служить форматы общения в социальных сетях. Причем сами социальные сети наследуют форматы общения и формы социальности выработанные еще в ньюсах — телеконференциях юзенет, а впоследствии в чатах, форумах, блогах. Этому процессу без малого тридцать лет, так что можно говорить об устоявшихся тенденциях.

Но есть и новые моменты, в частности социальные сети можно рассматривать как форму отражения или рефлексии индивидуума (виртуального Я или соби) в форме узла связи сети, а саму сеть как плацдарм реализации коммуникативных компетенций соби. Соби это — «виртуальная реальность, посредством которой человек самоидентифицируется. Виртуал порождается как разворачивание одного образа в целую реальность <...>. Соби — как естественное качество человека: тело, сознание, личность и т.п. Понятие виртуала фиксирует

акт необычного функционирования образа, понятие соби — результат генезиса реальности.<sup>1</sup>»

Сетевая собь, транслируется в посюсторонний от экрана мир, приводя к появлению уже в нем гиперсоциальных, и транссоциальных конструкций.

Новым является также тенденция персонализации сетевых собей. Если раньше доминирующим фактом сетевого общения являлась анонимность и многониковость, то сегодня участие в таких сетях как, например, «одноклассники» требует снятие масок. Многониковость и анонимность, впрочем, по прежнему, остаются, расщепляя целостный сетевой самообраз.

Актуализируется также вопрос о том, наследует ли оффлайновая социальность сетевые форматы общения и организации, или, напротив, — сеть наследует то, что находится вовне. Упоминавшиеся выше «одноклассники», в силу специфики принципов организации сообществ, скорее ориентированы на перенос внесетевых норм и отношений в сеть. Но усиливается и обратный процесс — формирование в сети автономных норм, ценностей и отношений и присвоение их внесетевым социумом. Следовательно, сеть демонстрирует качество социогенности, т.е. формирование новых *социальных субъектов*.

Факт субъектности сетевых сообществ в образовании это фактически новая целевая установка педагогического процесса. Необходимо признать, что в результате может образоваться коллектив, способный решать практические задачи и после окончания обучения. Для того чтобы такой коллектив сформировался его участники должны как минимум осознать, что он является для них ценным возобновляемым знанием и коммуникативным ресурсом. К сожалению, этот фактор осознается далеко не всеми преподавателями и студентами.

В этой связи важно констатировать значимость, прежде всего, коммуникативных компетенций как в сети, так и вне ее, и, с другой стороны, устойчивость личности к стереотипам сетевых отношений. Пора уже говорить о том, что сеть это еще не весь мир, есть в нем и внесетевые объекты. Причем коммуникативная составляющая может быть подвергнута числовой обработке и даже визуализации. Например, в дистанционном обучении легко просчитать образовательные транзакции не сколько преподавателя со студентами, сколько студентов между

---

<sup>1</sup> Носов Н.А. Словарь виртуальных терминов // Труды лаборатории виртуалистики. Выпуск 7, Труды Центра профориентации. М., 2000. С. 69.

собой по поводу постингов преподавателя — это новый критерий оценки, как преподавателя так и студентов. Можно также учитывать внешние контакты и освоенные сетевые ресурсы.

Иными словами обучающийся(как и обучающий) или собь обучающегося это суперпозиция сетевых связей и отношений, а группа в которой он учиться это социальный субъект, с которым в идеале выстраиваются диалоговые отношения. И группа, и обучающийся, и преподаватель все они субъекты образовательного процесса, т.е. классическая педагогическая модель «ведущий учитель — ведомый ученик» тут работать не будет. Как следствие преподавателю необходимо не только стимулировать активность обучающихся, но и осуществлять специальные действия по командообразованию.

Итак, можно различать образовательные процессы, с помощью конструктора «просоциальные и протосоциальные», т.е. копирующие социальность (просоциальные) или формирующие социальность (протосоциальные). Критерий успешности обучения в этом случае — формирование слушателями новой устойчивой коммуникативной структуры, коммуникативного фрейма с соответствующим знаниевым наполнением.

Следующее важное свойство — интерактивность образовательного процесса, под которой в данном случае подразумевается совместно-творческое участие вышеупомянутых субъектов: преподавателя, слушателя, и группы в его организации и протекании, разумеется в определенных сценарием или правилами рамках. Сам образовательный процесс, в этом случае, есть результат коллективной образовательной коммуникации и сотворяется интерактивностью ее участников. Т.е. предмет обучения, становится предметом изучения и конструирования, что в результате приводит к наращиванию как знанияевой так и методической составляющей курса. Более того интерактивность распространяется также на субъектов: обучающихся, преподавателей, группу, которые также превращаются в объект исследования и конструирования, и выходят из процесса с новым содержанием. Иными словами сам образовательный процесс и его участники приобретают свойства подвижности, гибкости, версияльности.

Третье важнейшее качество — гипертекстовость как знаниевой так и методической составляющей. Вопрос сводиться к тому, насколько исходные и порожденные в результате образовательного процесса тексты в действительности уходят от линейного представления в гипертекст, т.е. насколько образователь-

ный контент соответствует современным форматам знания и работы с ним. Это пожалуй самый сложный вопрос современной дидактики, гипертекстовость впрямую противоречит традиционным линейным дидактическим приемам воспитанным многовековой образовательной практикой. Речь в первую очередь идет об образовательных алгоритмах заложенных в основу тех или иных оболочек для дистанционного образования.

Четвертое качество определяется типом *эпистемы образовательного общения*. Иными словами, моделирует ли учебный класс и в самом деле эпистемологическое сообщество, в котором происходит не только трансляция, но и порождение знания, причем таким образом, что следующий цикл обучения разворачивается на новом знаниевом плацдарме (эпистеме) или нет. В частности, принцип фолксномии, привнесенный WEB2.0-технологиями весьма удобно использовать в этих целях. Получается так, что современная образовательная эпистема предполагает мышление самопроизводящимися структурами. Здесь проявляется свойство образовательной эпистемы, которое Н. Луман назвал аутопойэзис<sup>2</sup>.

К перечисленным качествам современного сетевого образовательного процесса следует добавить и целый ряд свойств диктуемых технологиями WEB2.0, а в последствии и WEBX.X. Подробный разбор свойств новых версий сети и отрывающихся при этом дидактических перспектив — тема отдельной работы, здесь ограничимся перечислением основных свойств WEB2.0.

Как известно, появление термина WEB2.0 связано с публикацией статьи «Tim O'Reilly — What Is Web 2.0» 30 сентября 2005 года, впервые опубликованной на русском языке в журнале «Компьютерра» (№№ 37 (609) и 38 (610) от 14 и 19 октября 2005 года соответственно) и затем выложенной под заголовком «Что такое Веб 2.0» веб-сайтом «Компьютерра online». В этой статье Тим О'Рейли продемонстрировал связь рождения большого числа сайтов, объединённых некоторыми общими принципами, с общей тенденцией развития интернет-сообщества, и назвал это явление WEB2.0, в противовес «старому» WEB1.0. WEB2.0 можно понимать как методику проектирования систем, которые путем учета сетевых взаимодействий, становятся тем лучше, чем боль-

---

<sup>2</sup> См.: Филиппов А.Ф. Социально-философские концепции Никласа Лумана // Социологические исследования. 1983. N 2.

ше людей ими пользуются, иными словами Особенностью WEB2.0. является принцип привлечения пользователей к наполнению и многократной выверке контента.

К основным свойствам WEB2.0, помимо перечисленных выше, относятся:

*Вечная бета.* — Версильность всех продуктов и сервисов. Это свойство накладывает на обучающие средства требования их постоянного обновления, причем с участием самих обучающихся.

*Веб-синдикация* — возможность одновременной публикации одного и того же материала на различных страницах или веб-сайтах. Иными словами дидактический материал должен рассматриваться как свободно распространяемый распределенный набор дидактических единиц, которые на основании другого свойства — *пользовательского управления контентом* — позволит обучающимся (и обучающим) персонализировать свое образование, вплоть до самостоятельного конструирования образовательной траектории.

*Mash-up — Веб mash-up* (дословный перевод — «смешение») — возможность создания новой функциональности для работы, возникающую в результате умножения функциональностей исходных сервисов. Здесь подразумевается и привязка к различного рода картам, справочникам, симуляторам различных процессов и т.п.

*Метки (теги) и фолксономия.* Теги это ключевые слова, описывающие рассматриваемый объект, либо относящие его к какой-либо категории. Подобная маркировка позволяет отображать место объекта среди других объектов, и строить так называемое «облако тегов». Фолксономия — (англ. folksonomy, от folk — народный + taxonomy — таксономия) — совместная категоризация информации (ссылок, фото, видео клипов) с помощью произвольно назначаемых тегов. Фолксономия создает принципиально новую форму представления знания, более зависящую от образа знания актуализированного в представлениях «народа», чем от теоретико-методологических построений науки. Фолксономия на основе которой построена, например, известная сетевая библиотека википедия является серьезным вызовом не только научному сообществу, но и традиционным формам рационального мышления. Сегодня пока не известен ясный ответ на это явление со стороны науки и образования, но можно надеяться, что в будущем, будет найдено адекватное разрешение противоречия между

фолксномическим и традиционным таксономическим принципом категоризации знания.

*Система горизонтальных связей* — идеология Web 2.0, принципиально ориентирована на горизонтальную систему связей, а это означает принципиальную неиерархичность отношений в образовательном процессе. Иными словами необходимо установление коллегиальных субъект-субъектных отношений в процессе обучения между обучающимися и обучающими.

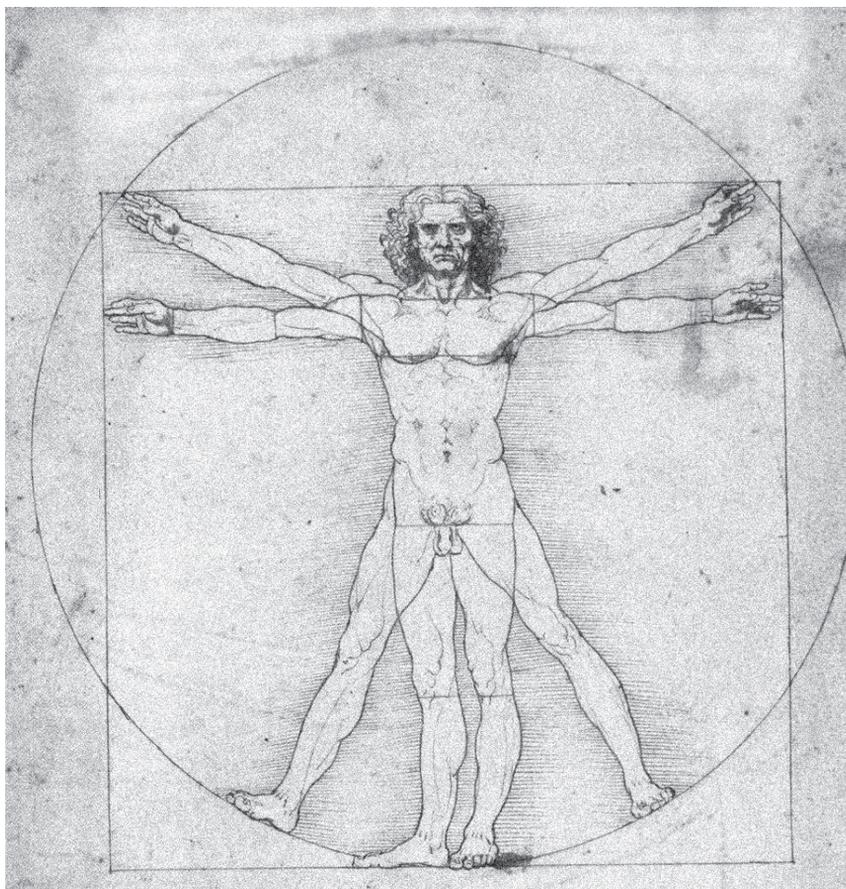
Все вышеизложенное свидетельствует о том, что мы стоим на пороге новой педагогической революции, которая может в корне изменить наше отношение к образованию и к знанию. В настоящей статье это новая педагогика названа нелинейной с целью подчеркнуть, что образовательный процесс уже не представим в форме последовательности педагогических действий, заключающихся в освоении отдельных дидактических единиц. Кроме того, уже принципиально нельзя говорить о пропорциональности педагогических усилий и их результата. Да и сам результат обучения уже не сводится к приобретению знаний, умений и навыков.

Результат обучения в нелинейной педагогике это сложная многомерная конструкция включающая множество слоев: эпистемологического, праксиологического, аксиологического и т.п., находящихся друг с другом в интерактивном гипертекстовом сетевом взаимодействии.



## ЧЕЛОВЕК

ЧЕЛОВЕК — существо, имеющее лице свое обращенным вверх, к небу, как цели бытия и будущему жилищу. Слово «человек» образовалось из ~ словек ~ т.е. существо словесное. Человек или человек значит собств. мыслящий; санскр. чела-думать: аффикс вик весьма обыкновенный; он значит: живущий; чело-вик = мысле-живущий.



Витрувианский человек Леонардо да Винчи (примерно 1490-92), Фрагмент. Чернила, акварель, металлический карандаш. Галерея Академии в Венеции.

## Иконическое мышление, как образо-творчество

*В соавторстве с А.В.Калмыковой*

Феномен творческой активности человека привлек к себе внимание ученого сословия, как только удалось выработать механизмы теоретико-философской рефлексии, т.е. как только родилась философия. Но если для умозрительных методов эта задача по крайней мере могла быть адекватно поставлена, то активной науке долгое время она явно не давалась. Ясно, что попытки физического, химического, биологического и даже социологического редукционизма были обречены на неудачу, но и психологические модели творческого процесса также оказывались достаточно далеки от этой живой и непредсказуемой стихии. Творческий процесс не поддавался объективации и не сводился к «работающим» моделям психических процессов и явлений. Его тяжело было «оконтурировать», тяжело воспроизвести, тяжело, если это вообще возможно, сделать предметом научного исследования в рамках современной научной парадигмы. Действительно, творчество всегда уникально, но будучи однажды зафиксированным исследователем, описанным языком науки и повторенным в очередной серии опытов, оно тут же перестает быть творчеством, превращаясь в нечто иное — в ремесло, в технологию. Да и сам исследователь, изучая творчество, фактически включает в него и этим придает результату налет субъективности.

Творчество сущностно виртуально даже в том смысле в котором этот термин понимается в релятивистской физике. Например, исследование материи на фундаментальных уровнях привело к открытию виртуальных частиц. Их отличительной особенностью является принципиальная нерегистрируемость: как только такая частица регистрируется прибором, она перестает быть виртуаль-

ной, а точнее, факт ее регистрации означает, что она и не была виртуальной. Так и творчество перестает быть творчеством становясь подвластным объективирующей, опредмечивающей фиксации. Или другой пример в релятивистской квантовой механике установлено, что на результаты экспериментов в области физики высоких энергий и субсветовых скоростей влияет наблюдатель и его приборы. Иными словами, свойства приборов и наблюдателей должны быть включены в уравнения, описывающие объективную физическую реальность. Откуда следует, что физическая реальность на самом фундаментальном уровне не может быть описана наукой как объективная. То же самое происходит и с творчеством, исследование которого не может осуществляться совершенно отстраненно, без включения в исследуемый процесс фактора личности исследователя.

Из-за противоречивости научного суждения о творчестве, как предмета исследования достаточно пока еще мало серьезных работ, посвященных этой теме. Вместе с тем проблемы творчества сегодня как никогда значимы. Среди множества объективных причин этого выделим следующие:

1) Развитие кибернетики, глобальная информатизация, рождение информационного общества, и другие подобные объективные тенденции современной цивилизации выдвинули перед наукой требования двойного рода. С одной стороны, появилась практическая необходимость ускоренного продвижения в область искусственного интеллекта, способного взять на себя основной груз по переработке информационных потоков. Следовательно, понадобилось вскрытие глубинных механизмов продуктивной мыследеятельности и воплощение их в технические средства. С другой стороны, остро обозначилась проблема определения границ так называемой компьютерной метафоры. Процесс постепенного очеловечивания машины, воплощения в ней все более интимных человеческих качеств чреват интеллектуальным унижением человека. Проблема научного изучения механизмов творческой активности в этом смысле перемещается из области психологии и кибернетики в сферу глобалистики и глобальной культурологии. Принципы детерминизма и асубъективизма господствующие в науке не позволяют адекватно оценить последствия создания «искусственного интеллекта». Поэтому нужно выработать новый научный подход к творчеству, совмещающему в себе мощь рационализма и уважение к тайне творчества человеческой души. Творчество в подлинном смысле слова есть

процесс глубоко личностный, и для его изучения необходим научный аппарат способный видеть в явлениях не сколько общее и особенное, столько единичное, индивидуальное и уникальное.

2) Проблема творчества принадлежит к тем проблемам современной психологической науки, которые понуждают задуматься об основаниях научного знания и организации человеческого общежития в целом. И наука и социопсихологические практики постепенно поворачиваются лицом к личности. Ответственная потребность повышения значимости личности отражается и в политических доктринах и в научных концепциях. «Легко понять, почему значение индивидуалистического или личностного начала резко растет в современную эпоху экологического императива, и мы не сделаем ошибки, если станем утверждать, что в современных условиях раскрытие творческого потенциала личности становится жизненно важным для всей популяции *homo sapiens*. И это не преувеличение»<sup>1</sup>. Личностные ценности уже сегодня существенно потеснили прежние ориентиры индустриально-технократического мира. Вместе с ними уходят на второй план и те свойства человеческого продуктивного мышления, которые позволили в свое время осуществить этот научно-технический прорыв. Речь идет об аналитических и формально-логических свойствах человеческого интеллекта.

Вместе с тем, «если экологический кризис и вызван развитием производственных сил, науки и техники, то выход из него тоже немислим без дальнейшего развития этих составляющих цивилизации. Хотя этого одного явно недостаточно! Человечеству предстоит перешагнуть в эру совершенно новых технологий, совсем на новых принципах организовать многочисленные правила планетарного общежития. Все это потребует предельного напряжения творческого гения человечества, бесчисленных изобретений и открытий. И не только в сфере науки, техники, технологии. Я думаю, что самое главное — в организационной сфере и в области социальных отношений. А для этого и необходимо максимально раскрепостить личность, ее творческий потенциал»<sup>2</sup>.

Таким образом, сегодня ярко обозначилась онтоаксиологическая оппозиция: с одной стороны, происходит процесс глобального всеобъединения,

<sup>1</sup> Моисеев Н.Н. Современный рационализм // Личностное начало и рациональное общество, М., 1995, С. 330.

<sup>2</sup> Там же. С.330.

чреватый нивелированием всего индивидуально-личностного, а с другой — возрастает роль личности и ее центра — творческого начала, поскольку «творчество во все времена носило и продолжает носить совершенно индивидуальный, быть может, интимный характер»<sup>3</sup>.

### Образо-образующая сила творчества

Отличительной чертой творчества как психологического процесса является продуктивность, т.е. порождение чего-то, чего раньше не было. Но это что-то, будучи сотворенным однажды, уже не может быть повторено тем же самым путем, в том же самом творческом импульсе. Творческая функция, естественно, должна быть отнесена к действию сознания, так как требует определенного рода рефлексии. Продукт должен быть не просто произведен, но и оценен как новый. Вне сознания не может быть и творчества. Вот почему существам, не обладающим сознанием отказывается в праве творить. О творчестве Природы в целом говорится иносказательно, либо наделяя ее какими-то формами сознания. Но было бы неверно ограничиваться только сознательными компонентами психики, так как законченный продукт творчества подчас появляется неожиданно, казалось бы, без особого труда, иногда даже во сне. Эти явления называют озарением, инсайтом, открытием. Во всех случаях рождение продукта осуществляется скачкообразно, разрывно, так что трудно бывает проследить последовательность и логику перехода в новое состояние. Иными словами, немаловажную роль играет в процессе творчества Бессознательное, среди весьма простых описаний которого приведем следующее: «...сознательное психическое состояние содержит по меньшей мере *две стороны*: переживание субъекта и возврат субъекта к своему переживанию (рефлексия) для познания его... Если для сознания необходимы два фактора — психическое состояние и рефлексия на него, то можно допустить, что бывают случаи, когда психическое состояние возникло, а рефлексия на него не последовала; иными словами можно допустить существование *бессознательных психических процессов*»<sup>4</sup>. Отметим, что Н.О. Лосскому удалось ввести понятие бессознательного (раньше и в отличии

<sup>3</sup> Там же. С.331.

<sup>4</sup> Лосский Н.О. Чувствительная, интеллектуальная и мистическая интуиция//Учение о душе и душевных явлениях. М., 1995., С.49

от Фрейда и его школы) без привлечения фактологии проявлений бессознательного, как иррационального в деятельности и поведении. Откуда, между прочим, следует необязательность связывания бессознательного с телесным, чувственным, инстинктивным и сексуальным. Область бессознательного оказывается открытой рациональному и трансрациональному так же как и область сознания. С другой стороны, бессознательное, будучи поставлено в оппозицию к сознанию, служит для более ясного представления феномена, т.е. позволяет определить сознание как небессознательное. В этом смысле продукт творчества и само творчество выступают в роли катализатора прояснения сознания, перевода смысла из темной иррациональной бессознательной области психики в область осознанного. Сам по себе этот переход (и его рефлексия) является предметом работы мышления, так как требует последующего осмысления и объяснения. Продукт творческой деятельности отчуждается от своего творца, так как предназначен для рассматривания как бы со стороны, и потому вновь осваивается. Таким образом, можно сказать, что мышление сопровождает всякий творческий процесс, как бы выводя продукт творчества во внешний мир, превращая субъективный психический продукт в объективный предмет. Причем этот объективный предмет суть воплощенная, т.е. перешедшая в плотское (материальное) состояние мысль.

*Схематично можно определить творчество как совокупность осознаваемых и неосознаваемых психических процессов, сопровождаемых мышлением, итогом чего становится воплощение, опредмечивание мысли в творении.*

В соответствии с этой схемой становятся понятны пути, по которым шло исследование творческого процесса и его приоритеты. Ближе всего к поверхности оказалось мышление и потому проблемы продуктивного мышления наиболее хорошо разработаны. Достаточно упомянуть знаменитую работу М. Вертгеймера «Продуктивное мышление», а также труды других представителей гештальт-психологии — В. Келера «Исследование интеллекта человекоподобных обезьян», К. Коффки «Основы психического развития» и т.д. Это направление было продолжено их последователями — К. Дункером, Н. Майером, А. Секея.

«Одной из наиболее общих проблем, которая ставится и определенным образом решается во всех исследованиях по психологии мышления, является проблема выявления специфики психологического исследования мышления,

взаимоотношений между психологией мышления и смежных с ней наук, прежде всего с логикой, нередко претендующей на исчерпывающее исследование мышления человека.<...>

Значительный вклад в определение специфики и в разработку специальных методов экспериментального исследования внесли исследования представителей гештальт-психологии. В этих исследованиях была выделена одна важная область, не исследуемая логикой, — область продуктивного (творческого) мышления человека»<sup>5</sup>.

Представители Вюрцбургской школы трактовали мышление как неосознанную установку, или «детерминирующую тенденцию», вводя для обозначения чувственных образов (восприятия или представления) понятие «осознаемость» (Н. Ах «Волевая деятельность и мышление», 1905), разрабатывали методики экспериментального изучения мышления, К. Бюлер рассматривал сознание как поток мыслей лишенных сенсорной ткани элементов.

А. Бэн, яркий представитель ассоциативной психологии выделял особый вид творческих ассоциаций. Дж. Милль определял сознание как логическую цепь ассоциаций которая дает конечный продукт («Система логики», 1843)

Отечественная философская и психологическая мысль в исследовании творчества шла широким фронтом, но все же наиболее интересными, на наш взгляд являются работы, где ключом к пониманию творческого процесса было сознание. И это не случайно, так как русская философская школа вскормлена православной традицией. Для нее характерно неприятие как всего примитивного, мистически темного, животнo-иррационального, так и сложно-лукаво-мудрого. Напротив, в качестве одного из основных принципов жизни провозглашается трезвление ума. Согласно этой традиции, только трезвым умом способен человек увидеть, не впадая в прелесть горний, так называемый невидимый мир смыслов, идей и символов. Только будучи трезвлен, способен он творить, т.е. пересоздавать образы мира горнего в мире дольнем, воплощать их<sup>6</sup>. Следовательно, сознание как средство творения (воссоздания) и одновременно средство трезвления (защиты от ложных пустых образов) и должно было стать центральным при исследовании творческого процесса.

<sup>5</sup>Матюшкин А.М. Психология мышления. М., 1965., С. 4-5

<sup>6</sup>Представление о творчестве, как о воплощении в мире дольнем идеальных объектов мира горнего даст, например, Павел Васильевич Флоренский.

По свидетельству В.П. Зинченко и Е.Б. Моргунова, после плодотворного предреволюционного периода, связанного с именами С.Н. Бугакова, Н.А. Бердяева, В.С. Соловьева, П.А. Флоренского, Г.И. Челпанова, Г.Г. Шпета и др., проблема сознания начала вытесняться. На передний план выступила реактология со своим небрежением не только к проблеме сознания, но и к самому сознанию и психоанализ со своим акцентом на изучении подсознания и бессознательного. Началом 20-х годов можно датировать зарождение деятельностного подхода в психологии. Проблемами сознания частично продолжали заниматься П.А. Флоренский и Г.Г. Шпет. В середине 20-х гг. Появились еще две фигуры. Это М.М. Бахтин и Л.С. Выготский, их целью было понимание сознания, его природы, функций, связи с языком, словом и т.д.

«В 30-е гг. страна практически потеряла сознание и даже бессознательное как в прямом, так и в переносном смысле. Напомним, что Л.С. Выготский скончался, М.М. Бахтин был сослан, затем стал заниматься литературоведением, П.А. Флоренский и Г.Г. Шпет погибли в лагерях; З. Фрейд был запрещен, психоаналитические службы закрыты».

Впрочем, это касалось запрещения психологии в целом, восстановление исследований в которой продолжились лишь в 50-х годах.

Сегодня, на наш взгляд, уже можно отделять процесс логического мышления как работу сознания с мыслеобразами от процесса рождения мыслеобраза и попытаться внимательнее присмотреться к нему. Для этого понадобится и особый метод, назовем его иконический подход, особенность которого в признании за образом права на самостоятельное существование не только в форме психологического феномена, но в качестве онтологической сущности.

Иконический подход прежде всего предполагает наличие иконического мышления, которое *можно определить как рефлексивный процесс творения образа, формирования в сознании и бессознательном психологических атрибутов целостного образа, его чувственной ткани, мыслеобразного значения (т.е. связывание со смыслом, осмысления), представления его на внутреннем экране, эмоционального переживания, определение его положения в событийном ряду.*

Иконическим такого рода мышление названо с целью подчеркнуть особый его характер, раскрываемый посредством аналогии с иконой. За словом «икона» стоит богатый смысловой ряд — «изображение», «отображение», «образ», «видение», а также — «имею сходство», «похожу на кого-то», «кажусь правильным».

Икона соединяет в себе материальную и предметную ограниченность с бесконечностью духовного содержания раскрывающуюся перед смотрящим. Иконическое мирорассматривание суть чрез-образное проникновение в Непостижимое, достижение безграничного через физическую ограниченность Образа.

Иконическое мышление можно рассматривать как сочетание особого иконического видения и собственно образо-образующего мышления — творчества. При этом необходимо отметить, что данное деление условно, так как процесс иконического видения всегда сопровождается и образо-творчеством.

### Иконическое видение

Иконическое видение органически присуще человеческой психике именно потому, что пространственная ограниченность скрывает на самом деле бесконечность множества жизненных миров, погружаясь в которые и осуществляется выход в беспредельный психический Космос.

Подобно тому, как это происходит при молитвенном предстоянии перед Святым Образом.

Реальность пространственного изображения открывается не вдруг взгляду, привыкшему смотреть на мир через видоискатель фотокамеры (что вследствие насаждения телеобразов становится эталоном зрительного восприятия). Пространственные отношения, открывающиеся иконой, кажутся странными и сильно искаженными, главным образом, потому, что икона не предусматривает отстраненный внешний взгляд на себя. С внешней, отстраненной, стороны вообще невозможно было бы изобразить Святой Образ, т.е. главное Святость, несмотря ни на какие совершенные художественные приемы, ускользала бы и от живописца, и от зрителя, если бы иконописание было только мастерством, а не служением. Особость художественного мира икон замечательно, и во всех деталях проработана в трудах о. Павла Флоренского, Е.Н. Трубецкого и других православных философов. Иконография сотворяется так, как будто иконописец смотрит на икону из самой же иконы, что и создает обратную перспективу. Если зрителю удастся найти необходимую точку смотрения, то изображение (с нарушенными, казалось бы пропорциями) предстает объемно и гармонично. Смотрение иконы происходит не глазами, а всей личностью. Правда, с помощью психотехники и зная априори, что такая точка смотрения существует,

можно на мгновение найти ее, но удержать внимание и войти в акт общения с иконой чисто техническими приемами, без соответствующего душевного настроя невозможно.

В процессе молитвенного предстояния перед иконой и происходит событие единения с Образом Божиим и откровение сокровенного в самообразе. Вот почему каждая личность способна ощутить себя в духовном событии с Космосом.

Причем если духовная природа иконического процесса очевидно явно не может быть описана скудным человеческим языком и тем более языком науки, то сопровождающие это событие посюсторонние психические процессы, как оказалось, поддаются описанию.

Как считает Н.А. Носов, «в любом духовном событии есть как содержательная составляющая, определяемая степенью духовной продвинутости, так и чисто формальная, сугубо психологическая, не имеющая отношения к содержанию, но лишь обеспечивающая переход психики в высшие реальности и пребывание там. Психологические события, обеспечивающие и сопровождающие переход в иную реальность, не описаны в науке, и были названы нами виртуальными. Психологическая виртуальная реальность порождается психикой человека, и теоретически есть ничто иное, как отражение в самообразе характера актуализации образа, т.е. является отражением в психике процессов, происходящих в самой же психике.<sup>7</sup>»

Почти об этом писал Андрей Белый:

«Совокупность форм, меня определяющих, очерчивает мой пространственно-временной образ. Но в душе моей живет неоформленное, неизреченное, мое взволнованное счастье. В душе я — обладатель «нового имени, которого никто не знает, кроме того, кто получает». (Откровение) Это новое имя начертано согласно Откровению Иоана<sup>8</sup> на белом камне души.<sup>9</sup>»

<sup>7</sup> Носов Н.А. Виртуальные реальности в психологии и психопрактике//Итоги десятилетней работы., М., 1995, С. 5.

<sup>8</sup> Иметсяя в виду Откровение Иоана Богослова — Апокалипсис.

<sup>9</sup> Андрей Белый. Символизм как миропонимание//Символизм., М.,1994, С. 334.

## Образ и иконическая методология

Тем кто время от времени путешествует по виртуальным мирам, не раз случилось обрести полную и окончательную ясность. И вдохновенные и очарованные, безусловно, с благими намерениями, не раз пытались они совершить кражу и утащить виртуально обретенное в посюстороннее пространство текста. Но сиятельная ясность правды представляла тусклым объяснением факта, подобно тому как, теряют яркость вытщенные со дна ручья камушки.

Взять, к примеру, понятие образа, вполне понятное для поэта и художника, но запутанное и темное для искусствоведа, литературоведа, да и философа с психологом. Словесное, а тем более словесно наученное (т.е. научное) блуждание по поверхности сущности объявляет все более свою неспособность как-то ограничить хотя бы только посюстороннее пространство, охватываемое описываемым и якобы объясненным понятием. Нет ничего, что можно было бы с достаточной полнотой определить, тем более если речь идет об образе.

Образ именно там, в виртуале, наполнен, реален и, стало быть, телесен. Здесь же это обозначение и означение и не более того. Созвучность и этимологическая близость слов ОБ-раз и ОБ-рис, т.е. отчеркивание, деление рисовальной ОБ-ласти на относящееся и неотносящееся к Образу, т.е. его замыкание, выделение из бесконечного много-образия едино-образного цельного чего-то выражающего, заключает, в сущности, процесс построения образа.

Восприятие же образа — процесс событийно совмещенный с его построением. В многослойном пространственно-временном континууме всегда существует слой, в котором восприятие и построение образа, разорванные во времени и пространстве в посюстороннем мире, оказываются в одном месте и одновременными в мире виртуальном. Именно это и только это позволяет читать и понимать образы, сотворенные одним человеком, другому человеку, зрителю понимать художника. И восприятие, и построение суть сотворчество, в котором одновременно участвуют и художник, и зритель.

«Точное» знание, создающее свой язык, наполняет его знако-образами действительности — вытщенными из воды потускневшими камушками. Или, как очень точно и образно писал Андрей Белый: «Образ действительности существует закономернo; но закономерность эта есть часть моего «я» (рефлексирующая), а вовсе не все «я»; и образ действительности, предопределенный свя-

зью, не есть безусловно одушевленный образ. Образ же искусства существует для меня как независимый одушевленный образ. Действительность, если я хочу ее познать, превращается только в вопрос, заданный моему познанию; искусство, действительно, выражает живую жизнь, переживаемую. Оно утверждает жизнь как творчество, а вовсе не как созерцание. Если жизнь порождает во мне сознание о моем «я», то не в сознании утверждается подлинность этого «я», а в связи переживаний. Познание есть осознаваемая связь: предметы связи здесь — только термины; творчество есть переживаемая связь; предметы связи здесь — образы; вне этой связи «я» перестает быть «я». <sup>10</sup>»

Итак, точное рациональное знание, выразившись в своих посланиях-текстах, составленных из знаков-заместителей связей, — всегда частность, сколь бы подробными, точными и детальными ни были эти описания. Напротив, живой образ, при всей его приблизительности и отвлеченности, самоцелостен и реален, поскольку им открывается реальное самоцелостное переживание, формирующее тело смысла (переживаемого образа, рожденного мыслью).

Сочленение знако-логического ряда и образа, точного знания и переживания, ума и сердца и есть, в сущности, основа всякого знания, рожденного от поступающей извне информации и внутренней информационной работы (мыслительности) и переживания этого процесса.

Здесь и возникает особый иконический (было бы точнее сказать — иконический) взгляд и метод.

Метод этот предполагает постижение безграничного через ограниченность Образа, подобно свершающемуся откровению при молитвенном предстоянии перед иконой, сама манера письма которой (обратная перспектива) помещает точку зрения внутрь и за плоскость доски.

Иконическое мирорассматривание — суть чрез-образное проникновение в Непостижимое как собственно единственная доступная дорога к Его пониманию.

Образ открывается и приглашает в себя подобно тому, как приглашает в себя, в свою психику, доверяющий нам близкий человек. Но полноценное общение с ним оказывается возможным лишь при обоюдном откровении. Иными словами, со-творческое общение с Образом может быть только личностным.

---

<sup>10</sup> Там же. С. 331.

А личностное общение (со-бытие) предполагает совмещение личностных центров, Сердца и Ума, возможное в виртуальном пространстве.

Для нас здесь важно отметить следующее.

Во-первых. Иконическая методология может быть отделена от своей содержательной части, т.е. собственно отвлечена от иконы как Святого Образа, таким образом объективизирована и тем самым вписана в научную методологию. Однако необходимо отдавать себе отчет в том что это не безобидная операция, так как рожденные в результате психотехники могут быть использованы столь же эффективно и для установления личностных контактов с инферналом (что, кстати, почти открыто реализуется в NLP и сайентологии).

Во-вторых. Отделение психологической формы иконического процесса от духовного содержания еще более рельефно обозначает контуры абсолютно Невыразимого, что, безусловно, заставляет горделивый человеческий рассудок смириться и вместе с тем указывает разуму путь к Истине. Так, опять-таки иконически, раскрывается метонаучный смысл Образа.

В-третьих. Следует ожидать выдвижения иконических технологий из психологии в другие области знания и участие их в формировании общенаучной парадигмы.

И, наконец, в-четвертых. Иконическая методология сегодня оказалась, пожалуй, единственной научной методологией, способной подойти к проблеме Космического Разума не только с теоретико-философским анализом, но и как к конкретной научно-практической задаче.

Поэтому есть смысл приглядеться к ней повнимательнее.

## Атрибуты образа

Приведем здесь конспективно и без подробного анализа и надлежащей систематизации некоторые из наиболее интересных выявлений, осуществленных исследователями образа. Столь беглый и далеко не полный обзор уместен здесь еще и потому, что «по своему семиотическому статусу метамодель (иконическая метамодель — *А.К.*) является метафорическим образованием и, стало быть, ее составляющие не могут быть до конца ни концептуализированными (про-

зрачными для понимания), ни операционализированными (допускающими методически однозначное применение)»<sup>11</sup>.

Прежде всего образ — это пространственное понятие, отражающееся в психике в виде целостных образных (иконических) структур, имеющих очевидные пространственные качества.

По мысли П.А. Флоренского, «Внеположенность, т.е. нахождение тех или иных отдельных вне друг друга, таков основной признак пространства. Раз имеется множество, то элементы его отделены... суть образы обособления... Это уже есть достаточный признак нахождения их в соответственном пространстве... Возможность мыслить и представлять их как множество, но связанное, необходимо ведет к утверждению, что.е. и условие возможности этой связности... Это условие есть пространство»<sup>12</sup>.

«Этих пространств должно быть много, по роду восприятия и образов обособления; нет данных загодя считать эти пространства тождественными... Одни пространства весьма далеки друг от друга; общий же признак всех — внеположенность образов обособления, в них содержащихся и ими объединяемых»<sup>13</sup>.

Следовательно, можно поставить задачу реконструкции внутреннего пространства сознания (и бессознательного). Причем множественность миров и множественность картин мира заставляет ставить проблему «самосознания человеком самого себя как проблему самоидентичности человека во всех возможных мирах»<sup>14</sup>. Это заставляет рассматривать самосознание как интерактивный процесс, что равнозначно выделению внутри личности целоличностных планов (например, внешний человек и внутренний человек), и отслеживанию внутренних диалогов.

Принципиально важно, что этот образно-личностный диалог сопровождается телесной фиксацией или телесной поддержкой образа когда «любой из

<sup>11</sup> Анцыферова И.С., Генисаретский О.И. Виртуальные реальности в психологии и психопрактике//Об иконической метамодели для гештальт-терапии, М., 1995, С. 54.

<sup>12</sup> Флоренский П.А. М., 1993, С. 51.

<sup>13</sup> Флоренский П.А. М., 1993, С. 52.

<sup>14</sup> Анцыферова И.С., Генисаретский О.И. Виртуальные реальности в психологии и психопрактике//Об иконической метамодели для гештальт-терапии, М., 1995, С. 63-78, Анцыферова И.С. Виртуальные реальности в психологии и психопрактике//Психотехнические возможности пространства в терапевтической работе со сноведениями. М., 1995. С. 34.

способов фиксации телесен»<sup>15</sup>, стало быть, и сам образ оказывается телесен. Самоидентификация образа происходит тогда, когда осуществляется воплощение («в плоть», «в тело»). Что подтверждает экспериментально наблюдаемый факт обретения другой телесности в виртуале. (Н.А. Носов, 1994)

«Телесная поддержка образа направлена на восстановление связей между возможным и актуальным, она устанавливает доминирование актуальности над возможностью. ( В другом случае образы из возможного могут быть испытаны на реализацию. Фрейд, например, считал, что с выдуманными снами работать даже интереснее, чем с настоящими).<sup>16</sup>»

Причем «язык описания объектов, обладающих пространственными свойствами, имеет структуру, соотносимую со структурой самого пространства»<sup>17</sup>, что можно было бы использовать например, при реконструкции геометрии невидимых миров на основании анализа образов, рожденных в измененных состояниях, вызванных контактами с космическими духовными сущностями.

При этом «воплощение в тело образа сопровождается пробуждающейся изобразной эмоциональностью. В инсайте, который можно определить как наложение аффектов в ходе сценического взаимодействия, аффективный катарсис сопровождается получением экзистенциального послания. Таким образом, сам инсайт также переживается как экзистенциальное событие.<sup>18</sup>»

Образ (и самообраз) остается стабильным и целостным, как бы ни менялись внешние условия. Более того, «стабильность образа — условие идентификации с образом в целом и с любой его частью. Фиксация образа достигается в пространственном распределении его частей, репрезентирующих части личности по разным местам сценического пространства.<sup>19</sup>»

Эта очень интересная мысль заставляет по-новому взглянуть на понятия «образ жизни», «образ мира» (картина мира), антропоморфность которых, оказывается психологически обусловленной. Здесь же можно задаться целью разграничить онто- и психологические трактовки идеи микро-макрокосма.

<sup>15</sup> Там же. С. 46.

<sup>16</sup> Там же. С. 47.

<sup>17</sup> Топоров В.Н. Пространство и текст//Текст: семиотика и структура. М., 1983. С. 91-110.

<sup>18</sup> Анцыферова И.С. Виртуальные реальности в психологии и психопрактике//Психотехнические возможности пространства в терапевтической работе со сноведениями. М., 1995. С.48.

<sup>19</sup> Там же. С.49.

В этом же плане допустима постановка проблемы мифологического, символического, архетипического как высшего класса универсальных модусов бытия в знаке. «Мифопоэтическая модель мира, конструируемая семиотиками на основе данных разных гуманитарных наук, предстает в психотерапевтической работе как метамоделю для описания и проработки непосредственно переживаемых мифопоэтических реальностей.» И которую, с соответствующей коррекцией можно включать в построения научной картины мира и объективной науки.

Итак, иконический метод может быть адаптирован для изучения труднообъективированных предметов исследования, если считать возможным использование в качестве измерительного инструмента образогенерирующего человека или культуру в целом. При этом можно ожидать рождения самых непредсказуемых научных идей и теорий, так называемых «сильных текстов» культуры, ч.е., по мнению В.Н. Топорова, «осуществление права на внутреннюю свободу, которая создает новое пространство и новое время»<sup>20</sup>.

При этом можно выделить характерологические особенности операционно-динамической структуры образа.

Во-первых, образ всегда предполагает наличие центра, т.е. некоторой неподвижной точки.

«Сосредоточенность, собранность человеческого существования в точке «здесь-и-теперь» означает его сфокусированность на некоем центре, каковым, конечно, оказывается сам пытающийся осознать себя человек.<sup>21</sup>» Обозначение центра (что уже дает пространственно-временные координаты и тем самым порождает структуру) немедленно открывает наличие оппозиций «фигура/граница/фон» и «организм/среда», что и «привело Ф. Перлса к введению столь значимого для гештальт-терапии, но трудно определимого концепта, как контактная граница.<sup>22</sup>»

Граница есть необходимое качество образа.

Икона (образ) развивается по каноническим законам, разрушение границ образа ведет к распаду самости, т.е. к потерянности пространства, не возможности его осмысления, происходит смещение пространства.

<sup>20</sup> Анцыфирова, указ. соч. С. 50.

<sup>21</sup> Топоров В.Н. Пространство и текст//Текст: семиотика и структура. М., 1983. С. 284.

<sup>22</sup> Анцыфирова И.С., Генисаретский О.И. Виртуальные реальности в психологии и психопрактике//Об иконической метамоделе для гештальт-терапии, М., 1995, С.56.

Граница — поле деятельности — это пространство, закрытое образом и открываемое в нем, т.е. фактически одновременно и ограниченное, и безграничное. Граница не принадлежит ни внешнему, ни внутреннему пространству и в то же самое время принадлежит и тому и другому, а внутреннее и внешнее пространство наполнено бесконечным числом образов.

«При этом внутренняя сторона контактной границы играет роль экрана, на который проецируется «катектический узор» поля и с которого считывается важная для организма витальная информация. Тем самым контактная граница оказывается своего рода «кожей» расширенного и усиленного органопроекцией организма.<sup>23</sup>»

Человек мыслит свой образ того или иного предмета, явления. В очертания конкретного или придуманного образа он вкладывает свою и всемирную память. Осмысление является конечным продуктом его мысли, соединяющим в себе опыт, чувства, переживания и не только свои, но и человечества в целом, отфильтрованные культурой.

Хорошей иллюстрацией такого интегрального образа является образ Ноосферы, что, как известно, переводится как сфера разума.

Ноосфера есть внешний экран, «кожа» для целокупного психического организма человечества, а не сам этот организм, который если и является реальностью, то лишь мифопоэтической. Однако, сферичность предполагает существование некоего центра, присутствие центральности. Центральность же, «теснейшим образом связана с телесностью и может считаться характернейшим пространственно-временным ее выражением»<sup>24</sup>.

Иными словами, господствовавший в постренессансной культуре (и, естественно, науке) космоцентризм приводил к разрушению личности, отдавая телесность центра периферийному экрану.

Но всякий экран предполагает проекцию. «Поль Вирильо утверждает, что человеческий мир, человеческое бытие, человеческое “я” всецело определяется тем, что он называет “перцептивной верой”.<sup>25</sup>» Важнейшими характеристиками этого понятия являются целостность и постоянство, зависящее от постоянства жизненной среды, от визуального и телесного опыта человека. Вырывание че-

<sup>23</sup> Там же, С.58.

<sup>24</sup> Там же С.56.

<sup>25</sup> Там же С.47.

ловека из привычной жизненной среды приводит к разрушению перцептивной веры, а значит, и к разрушению человеческой личности.

Нарушение привычной жизненной среды, которое несут в себе экранные технологии, связаны с феноменом устранения тела из процесса освоения мира в его собственном движении в мире. Превращение невидимого в видимое, опосредование оптическими инструментами сделало ненужным воображение, память, породило многочисленные протезы восприятия, зрения и т.д.

Экранные технологии современной культуры, перегруженные проекциями сконструированных образов и не дающие права личности самостоятельно трудиться над созиданием образов и самообразов, и есть агрессивная псевдокультура, захватывающая личностное пространство. Характерна нацеленность современной масскультуры на появление все более технологичных, насыщенных и плотных в пространственно-временном плане эстетических изделий (например, видеоклипов), более напоминающих сильнодействующие пилулы. Глобализация экрана грозит глобальной утратой телесности и личности у человечества.

## Образо-творчество

Если достаточно легко проследить путь логического построения согласно законам «правильного» мышления, то рождение образа остается загадкой. Образ появляется как бы из ничего, из хаоса, из «пены морской», на «пустом» месте. Подобно Творению Вселенной любой творческий акт явно трансцендентной природы. Вместе с тем продукт творчества не является конечной станцией творческого процесса. И в этом еще одна его особенность. Что означает: исследование творчества не может прерываться моментом создания творения.

Творчество раскрывается в бесконечность через построение ограничивающего образа. Что же, собственно создает творчество? Только ли Правило, Закон, Границу? Или делает нечто большее придавая вырванному из хаоса Предмету статус нового мира, новой реальности посредством осмысления и очеловечивания. Иными словами, творческий процесс является сугубо сенергийным.

Творческое мышление разворачивается и расширяется до безграничности, но в пределах образа, который задает направление поиска истины, являясь как

бы отправной точкой. Для возникновения этой точки необходим инсайт, озарение, предвосхищение чего-то, чего еще нет. Инсайт порождает идею, включающую в себя развитие в определенном направлении и отграничивает область поиска. В безграничных границах постепенно происходит рождение иных образов.

Творчество — как развернутое поле деятельности на котором происходит осмысление рождения образов.

Художник, побывавший в виртуальном мире, стремится своим холстом открыть окно в этот мир другим людям. Образ, рождающийся на плоскости, никогда не совпадает с ощущением художника, но позволяет зрителю пережить уже свой виртуальный образ, побуждает возникновение новых ранее не испытываемых ощущений и необходимость их осмысления. Все это создает условия для проникновения в иное, чего нет и быть не может. Когда плоское полотно становится многомерным и безграничным — это и есть талантливое творчество — открытие (т.е. буквально открывание этих образов), дающее возможность для перехода в иные пространства. Талант творца выступает в качестве инструмента для проткновения личностного творческого пространства.

Проткновение — оно же открытие или осмысленное со-бытие, максимально приближенное к «золотому сечению» (здесь «золотое сечение» — комплекс эстетических гештальтов), с одной стороны несет в себе единственную, целостную, новую истину и дает возможность при ее понимании и осознании, совершать открытия в новых пространствах. С другой стороны, это и некая завершенность, которая выступает в роли критерия истинности поиска (ни добавить ни убавить, ни больше ни меньше, а что сверх того, то от лукавого). Эта завершенность приобретает идейную форму, более того, завершенность идеи и ее целостность почти всегда предшествует подлинному креативному акту.

«Наличие идеи в основе всякого действия, осуществляющего реальное бытие, не только не стесняет творчества, но есть, наоборот, условие возможности творчества, условие всякого изобретения и всякого открытия, даже такого, толчком к которому в значительной мере служат влияния среды и случая.»<sup>26</sup>.

---

<sup>26</sup> Лосский Н.О. Чувствительная, интеллектуальная и мистическая интуиция // Творчество и эволюция. М., 1995. С. 240-241.

И еще:

«Вся душевная жизнь человека, увлеченного стремлением завершить свое дело, может на продолжительное время, днем и даже ночью во сне, превратиться в волевое напряжение, оформленное готовыми частями целого и направленное на порождение заключительного акта. Если внешнее впечатление дает материал для этого акта, то не только использовать, но даже и заметить его, как годное для целей творчества, можно не иначе как на основе уже имеющегося зародыша целого и на основе целестремительного искания»<sup>27</sup>.

### Заключение

В данной работе мы постарались вычленить иконическое мышление из общепринятого ряда рассмотрения мышления и определить его место в этом ряду.

Иконическое мышление — это та тонкая грань, которая находится между эмоциональным мышлением и мышлением логическим, знаковым.

Иконическое творческое мышление — это осмысление своего внутреннего эмоционального мира, соединенное с желанием его выразить.

1995

---

<sup>27</sup> Там же. С. 241.

# Образы НОО

*(От космо к антропоцентризму)*

## 1. Введение

Уразуметь Разум, помыслить его — не значит ли это решить классическую задачу одного известного барона, вытащившего себя вместе с лошадью из болота. Инструмент, с помощью которого осуществляется познание разума, есть ум, а его способность к самомыслию есть разум, а уразумление самомыслия (вторая производная его функции) — нечто уж совсем экзотическое — порождает следующие уразумления уразумленных уразумлений, уводящих в дурную бесконечность подобно отражению свечи в стоящих друг против друга зеркалах.

В эту ловушку частенько попадала философия и тянула за собой науку. Последняя, правда, к ее чести, до самого последнего времени упорно сопротивлялась, но затем с радостным энтузиазмом включилась в общее дело осмысления осмысляющего.

Разум — реальность, сама собой доказывающая факт своего существования, ибо уже постановка вопроса «что же есть разум?» предполагает наличие не столько самого предмета осмысления — разума, сколько инструмента осмысления — опять же разума. Факт его существования самодоказателен, а этого-то как раз и не может простить ему мыслящая человеческая субстанция, ибо видит в этом наступление на свои законные права лицензировать реальность посредством доказательства и осмысления.

Думается, что одним из выходов из этого логического тупика и было рождение понятия «Космический Разум» как чего-то неизмеримо большего и

целостного, нежели видовое свойство хомосапиенса. Так и говорил, например, Владимир Соловьев: «Космический ум в явном противоборстве с первобытным хаосом и в тайном соглашении с раздираемую этим хаосом мировую душою или природою, которая все более поддается мысленным внушениям зиждительного начала, творит в ней и через нее сложное и великолепное тело нашей Вселенной?»<sup>1</sup>.

Владимир Соловьев попытался придать понятию «Космический разум» онтологический статус, но оно оказалось всего-лишь результатом теоретико-философской рефлексии, окончательно запутавшейся в своих спекуляциях и силлогизмах на рубеже XIX-XX веков.

Дело в том, что «Космический Разум» может являться какой угодно категорией, но никак не научной, поскольку предполагает интеллектуальное превосходство над человеком того, что обозначается этими словами. Будь то ноосфера, природа, продвинутая всегалактическая цивилизация (водителей тарелок) или что-либо иное в этом духе, предполагающее материальную форму своего бытия.

Принципиальная неverifiedируемость и необъективируемость, например, фактов уфологии (впрочем, как и других паранаук) делает недопустимым называть факты и наблюдения, добытые в них, научными.

В самом деле, представим себе, что действительно существует цивилизация, намного более продвинутая, чем наша земная, настолько более, что в состоянии посылать свои корабли на расстояния сотен световых лет. Очевидно, что из допущения существования одной такой цивилизации следует немедленно допустить существование множества цивилизаций, и имя им — легион, ибо вселенная бесконечна и бесконечно многообразна. И если разумная жизнь не единственна, то она множественна. А раз так, то существует множество цивилизаций неизмеримо более высокого уровня. Собственно, наш ход рассуждений здесь повторяет ход рассуждений Джордано Бруно, осужденного именно поэтому инквизицией.

Но ни Джордано Бруно, ни Святая инквизиция не могли и представить себе, что в XX веке эта идея приобретет столько горячих поклонников и создаст специфический литературный жанр (и даже, может быть, субкультуру) —

---

<sup>1</sup> Соловьев В. Красота в природе // Русский космизм. М., 1993, с. 97.

научную фантастику, в основном эксплуатирующую образы космического инобытия.

А что можно противопоставить идеи множественности миров, тем более что наука (а это уже многие поняли) не имеет права ничего ни утверждать, ни отрицать наверняка? Так что фраза «А почему бы и нет?» подчас воспринимается как «Ну, конечно же, да». Очевидный факт существования нашего мира немедленно реплицируется в факт существования и иных миров, а «научные» контраргументы сразу же натываются на не менее «научные» доказательства и факты.

Споры по поводу данного предмета ведутся исключительно научно, хотя предмет спора никак не может быть научным. Факт присутствия цивилизации (или ее представителей) качественно более высокоразвитой, чем земная, не может быть ни подтвержден, ни опровергнут земной наукой.

Во-первых, потому, что он не может быть проверен ни с помощью опыта, ни с помощью наблюдения. Экспериментатором и наблюдателем в данном случае является сам объект наблюдения и экспериментирования, который, обладая технологическим и интеллектуальным превосходством, по определению способен открыть или, напротив, скрыть какие-то свои качества в соответствии с его, а не нашей исследовательской программой и волей.

И, естественно, тут нельзя говорить ни о повторяемости, ни о других критериях научности.

Во-вторых, относительно сверхцивилизации не может быть построено никакой «хорошей» теории уже потому, что объяснительная схема основывается на нашем земном научном и технологическом знании, по определению значительно уступающем научному и технологическому знанию пришельцев. Даже в модели «Пикника на обочине» (по Стругацким), где пришестствие является случайным и непреднамеренным, предметы иноцивилизации не могут быть ни познаны, ни систематизированы человеческим разумом. Любые попытки объяснить эти предметы будут сводиться к фантастическим построениям, подобным архаическим мифологиям и космологиям. Иными словами, «научная» теория для уфологии принципиально не может быть достаточно стройной, системной, доказательной, даже если ограничиться феноменологией.

Хорошей иллюстрацией этого является новейшее мифотворчество культур, находившихся до самого последнего времени в изоляции. Многими этно-

графическими экспедициями отмечается, в частности, что в результате некоего контакта происходит обожествление как самих представителей «цивилизованного» человечества, так и их орудий и технических устройств. За достаточно короткий срок создаются соответствующие мифологические и космологические системы, причем такие, что последующим исследователям бывает трудно различать новейшие привнесенные наносные слои от органичных, глубинных.

В результате как ни стараются уфологи демистифицировать и рационализировать объекты своих исследований, они все равно предстают перед остальной ученой и неученой публикой в виде причудливых явлений непосюстороннего мира, что привлекает к ним любителей галлюцинаций и отвращает приверженцев строгого научного метода.

А проблема тем не менее остается и вопросы остаются:

Если многочисленные факты, собранные уфологами, не являются научными (а это мы, кажется, доказали), то являются ли они фактами?

Если это все-таки факты, то какого рода эти факты и в каком контексте их необходимо рассматривать?

И, наконец, если нам даже удастся найти адекватный контекст и мы все для себя проясним, то останется главный вопрос: что значат все эти ино-со-бытия (поскольку совмещаются пласты бытия и ино-бытия) для нашей жизни, культуры и цивилизации?

Ответ на первый вопрос может быть простым — «нет», и тогда все остальные вопросы снимаются. Но будет ли он правильным? Достаточно трудно опровергнуть десятки тысяч свидетельств, оставшиеся материальные следы и т.п. Увы, проще признать: да, что-то действительно было, чем отмахнуться от всего этого. Но если это не научный факт, то какой? В какую систему он может быть вписан? В художественно-эстетическую, в магико-паранаучную, в суверенно-бытовую? Образ, отрефлексированный и материализованный научной фантастикой, саморазоблачающийся через онаучивание химер или фантазмагорию науки, фантом массового сознания, существующий только в нем, или материализованная галлюцинация, предстающая телесно и предметно во вне сознания, или и в самом деле зеленые человечки с антеннами на головах — наши будущие, а быть может, настоящие поработители или благодетели?

Итак, мы не можем научной ни доказать, ни опровергнуть, ни объяснить множество фактов ино-со-бытийного ряда. Их принятие и объяснение есть акт

свободного выбора, но если мы действительно собираемся сделать его сознательно, то обязаны предвидеть последствия. И от того, как мы решим вопрос подвыпившего лектора из известного фильма «Есть ли жизнь на Марсе, нет ли жизни на Марсе?», возможно, будет зависеть наше спасение и наше достоинство.

Зато мы имеем возможность:

1) Сузить свое мировоззрение до невосприимчивости к таким фактам, т.е. я добровольно и заклеить себе глаза и заткнуть уши.

2) Признать свое более низкое, интеллектуально униженное положение перед многими другими, онтологически чуждыми, непознаваемыми, потенциально агрессивными, многообразными и многоликими существами, обещать им свою покорность, отказаться не только от своей свободы, но и от ее иллюзии, от личного достоинства, фактически ставя себя в положение раба перед враждебной непонятной силой, т.е. отказаться от всего себя человеческого и продолжать собирать реликвии явлений многоликих «космических господ». Сегодня представляется, что отцы-инквизиторы именно в этом увидели опасность учения Джордано Бруно «О множественности миров». Отказ от геоцентризма одновременно и логически приводил к отказу от антропоцентризма, т.е. к предренессанской культурной катастрофе.

3) Признать эти явления откровениями сверхъестественной природы нематериальными и трансцендентными по сути и требующими соответствующего к себе отношения.

Последнее, впрочем, есть хождение по тонкому льду, под которым скрываются холодные темные воды спиритуализма и магии, что мало чем отличается от признания материальности пришельцев. Не столь важно, являются ли водители тарелок биологическими существами или духами, сколько осознавать возможность управления их поведением опасной иллюзией, равно как и управление духами на спиритическом сеансе или с помощью магических заклинаний, ибо объект низшей сложности не в состоянии контролировать и управлять объектом более высокой сложности.

Впрочем, пришельцы это только частный случай. Можно вспомнить и о явлениях полтергейта, о влиянии расположения планет на судьбы людей, об экстрасенсорике, о рериховской «психической энергии» и о многом другом паранаучном, оккультном, алхимическом, в суе только верном и т.п. Этот ряд

объединяет уничтожение человеческого разума перед темным, непонятым, странным, онтологически закрытым для человека миром.

Отсюда ясно, что адекватным отношением к сверхъестественному может быть только религиозное (т.е. отношения живой связи со сверхъестественным), и вне религиозного контекста контуры категории «Космический Разум» размываются и теряют свою полноту и целостность.

Причем не во всякой религии может сформироваться это понятие, но лишь в той, в которой полнота и целостность предаются образу Бога.

Вне полноты и целостности Космический Разум раздробляется и перестает быть космосом в силу неупорядоченности и несогласованности и разумом в силу спонтанности своих проявлений. Поэтому Разум как трансцендентный центр Ноо не мог появиться в языческой мифологии и слабо очерчен в пантеизме.

## 2. Космос и Разум

Слово «космос» входит в употребление в русском языке со второй четверти XIX века. Первоисточник: греческое *κοσμος* — «строение», «порядок», «устройство», «мировой порядок», «небо» (ср. *κοσμεω* — «строю», «располагаю в порядке» и т.п.) В древнерусском языке греческое *κοσμος* переводится словами «красота», «мир», «свет». В XVIII веке понятие «космос» выражалось словами «система мира», «система света», «созвездие» и др.<sup>2</sup>

«Космось (греч.) — мръ, вселенная; первоначально слово это обозначало порядокъ, красоту, гармонию. Но въ виду гармоніи міра это названіе перенесено было, какъ говорятъ, Пифагоромъ для названія міра, в каковомъ смысле оно и употребляется у греческихъ философов. В средние века алхимики человека считали малым миром, а внешний мир — большим.»<sup>3</sup>

Итак, вселенная (т.е. обитаемое пространство, в которое вселен человек) обозначается как космос, который суть строй и гармония, поскольку стройна (по-строена, а затем об-у-строена), гармонична, упорядочена и, следовательно, у-строена разумно. Вселенная суть космос — порядок, но еще — миро-здание, т.е. строение, сделанное по плану, а также экос, происходящий от икос (образ).

<sup>2</sup> См.: Черных П.Я. Историко-этимологический словарь современного русского языка. М., Т. 1, 1994. С. 434.

<sup>3</sup> Полный православный богословский энциклопедический словарь. М., 1992.

А икос-образ и есть тот самый план-чертеж, по которому и строилась материя (одновременно материал и ткань), превращаясь в обитаемый Мир — экос. Но он же, план мироздания, — еще и логос-слово, а Логос — Бог Слово — Господь Иисус Христос Сын Божий — Совершенный Бог — Совершенный Человек.

Смысловая плотность близких понятий делает их порой неразличимыми, как бы водит по кругу, но это движение открывает новые смыслы. А новые сочетания понятий, их порой искусственное соединение, тафтологичное внутренне, еще более контрастно проявляет вложенные в них значения.

Например, актуальнейшая и широчайшая экология, определенная своим создателем Эрнстом Геккелем как узкое направление в науке о жизненной среде определенного вида организмов, со временем приобрела иной статус, далеко выходящий за рамки биологии.

Да и у самого автора термина были интересные работы, далеко выходящие за биологическую тематику. В частности, он ввел понятие «органопроекции» как формы жизнедеятельности рассудочного существа, т.е. в предметной деятельности человек моделирует свои собственные органы, распространяя себя в мир. А это значит, что техногенное давление на жизненную среду есть давление не машины, а человека как биологического существа. И экологическая проблема сводится к проблеме антропологической, трактуемой в биологическом ключе.

Противостоит этому процессу опять же человеческое свойство разумности и духовности, но уже не биологическое. Вот почему экология этимологически оказалась связана с такими понятиями, как «ойкос», «икос», «иконический», «икона» и, конечно, с «логосом». Уместно также вспомнить церковную экономию, под которой подразумевается домостроительство спасения.

«Экология» — «домословие» в буквальном переводе, словие(логика) обитаемого дома, обустроенного и освоенного человеком, в качестве которого выступает и он сам (как дом души), и весь тварный мир — весь Космос.

И все же с экологиями надо быть аккуратнее. Экология души, например, в буквальном смысле может быть сведена к физиологии, что, конечно, будет профанировать восприятие тела как дома души. А значит экология требует развития экологического же, а точнее — иконического способа смотрения.

Суть в методе экологии, который долженствует стать иконическим, а не в предмете. Метод этот предполагает постижение безграничного через ограниченность Образа, подобно свершающемуся откровению при молитвенном

предстоянии перед иконой, сама манера письма которой (обратная перспектива) помещает точку зрения внутрь и за плоскость доски.

Об иконическом мирорассматривании, чрез-образном проникновении в Непостижимое как собственно единственной доступной дороге к пониманию Космического Разума — несколько ниже.

Вернемся от домословия к разуму-ноо, построившему дом и в нем обитающему.

Что это такое Разум вообще и Разум, возведенный в ранг космического? Можно ли ставить знак равенства между космосом-порядком и космическим Разумом и, далее, Логосом. В сущности, космос разумен онтологически от начала и по определению нет, казалось бы, особого смысла складывать в одно понятие космос и разум. С другой стороны, всякая разумность в отличие от неразумности, уже есть гармония и порядок.

Но при первых же попытках расслышать словарные определения открываются новые, далеко уводящие смыслы. Разум, оказывается, еще и познание (т.е. гнозис), еще и воля (следовательно, и свобода, и выбор, и вина, и ответственность, и грех, и спасение и т.д.), еще и совет и советование (т.е. личностность, ипостасность и даже трех-ипостасность, поскольку, для того чтобы был совет, надо кому-то советовать и с кем-то советоваться), а корневое «ум» — образ мыслей, по-мышление, умо-созерцание, раз-мышление.

Можно и дальше продолжать двигаться по смысловым коридорам, что было бы, безусловно, увлекательным путешествием, но остановимся, чтобы не упустить из виду главное.

Если космос — нечто статичное и бытующее пространственно или внепространственно, то разум всегда — становление, динамика, процесс, разворачивающийся во времени или над временем. Тогда к Космическому Разуму оказываются применимы и пространственные, и временные атрибуты. Имманентно или трансцендентно — это другой вопрос. Ответ на него зависит от того, считаем ли мы Космический Разум тварным или нетварным.

### 3. Тварный и нетварный космический Разум

Исследуя категорию «Космический Разум», следует прежде всего научиться различать тварный и нетварный Разум. Тварный в той или иной степени телесен

и материален (т.е. сделан из материала и сам — материал для чего-то), нетварный же духовен в чистом виде, т.е. Божественен.

Впрочем, не все так просто. Ведь само различие в том или ином конкретном случае между этими двумя категориями может быть и не постигнуто нашим тварным разумом. Особенно если ограничиться при таких попытках лишь рациональным знанием, формальной и житейской логикой. Но есть и другой способ познания — Вера и духовный опыт, через него нетварный Разум проявляет и открывает Себя человеку.

Тварные формы НОО сегодня понимаются чересчур технологично. То это глобальная телекоммуникационная человеко-машинная система (например, по академику Моисееву), то результат эволюции вселенной (Т. Шарден), то самоорганизующийся хаос (по И. Пригожину) и т.п.<sup>4</sup> Близкий смысл имеет и понятие «психическая энергия», предложенное Рерихами. Эти концепции, как бы они ни рядились в духовные одежды, остаются внутренне материалистичными, а значит технологичными, и фактически умаляют тварность, следовательно, и Творца.

Напротив, мистики (подобно Даниилу Андрееву) рисуют сложную и смешанную картину небесной иерархии Разума.

«Все неисчислимые мириады монад распадаются... на две онтологически различные категории. Одна — монады богорожденные. Их немного. Они крупнее масштабно, они непосредственно вышли из непостижимых глубин Творца, они предназначены к водительству Мирами и с самого начала приступают к нему, не зная ни падений, ни срывов и в дальнейшем только возрастая от силы к силе, от славы к славе. Тайну их божественного рождения не постигает и не постигнет никто, кроме них самих. В Шаданакаре (т.е. на Земле. — А.К.) к числу богорожденных монад принадлежит Планетарный Логос (по мысли Андреева, имевший воплощение в облике Иисуса Христа. — А.К.), Эвента-Свентана (будущая иметь воплощение «жены, облеченной в солнце» — Ап. 12-1:17. — А.К.), демиурги сверхнародов, Великие Сестры и некоторые из Верховных Иерархий... Другая категория — все остальные монады мира, монады богосотворенные... Планетарный Логос — великая богорожденная монада,

<sup>4</sup> Об этом уже приходилось писать. См.: Калмыков А.А. Новая общенаучная парадигма и Мир Божий // Человек Общество Вселенная. М., 1994.

божественный разум нашей брамфатуры, древнейшая, самая первая из ее монад. Ее отличие от всех остальных заключается в том, что она выражает собою, как Слово выражает Говорящего, одну из ипостасей Троицы — Бога-Сына.»<sup>5</sup>

Пантеистично-политеистичная космогония Даниила Андреева оказывается в той или иной степени близкой софиологии, как «классической» (Владимир Соловьев, Николай Бердяев, о. Павел Флоренский, о.Сергий Булгаков и др.), так и сегодняшней.

Современный богослов Владимир Микушевич, к примеру, заявил на II конгрессе «София вернется» в 1994 году: «Софию — Премудрость Божию (по Андрееву, это также одна из ипостасей Троицы. — А.К.) считают творением, но не тварью (creation not creature)» и обозначил этим, пожалуй, основное противоречие софиологии.

Как может тварная София быть одновременно и нетварной Личностью (ипостасью) и чт.е. творение, но не тварь? Еще один дополнительный уровень — так зачем он, что он дает?

Увы, тут очевидно наступление на неслиянность и нераздельность Святой Троицы. Если допустить наличие еще одной ипостаси, а значит, включить ее в нераздельность и неслиянность с другими, то тогда, если она суть creation, то и другие ипостаси тоже могут быть творениями, за исключением, может быть, трансцендентного по отношению к самой троице Творца. Но если принять существование такого надипостасного Творца, то уже этим будет отрицаться его ипостасность (личностность), оставляя за ним только качество усии (сущностности).

В целом же такое вероучение либо вернуло бы нас к монотеизму иудейского типа, либо привело к безличностному абсолюту буддизма.

Этот вопрос уже давно был решен на Вселенских Соборах, в результате чего и появились понятия: «усия» (сущность), «омоусиос» (единосущность) и «ипостась» (личность) и был отчеканен Символ веры, отсекавший всякое толкование, разрушающее единство единосущности трехипостасности Божества<sup>6</sup>.

Но отголоски манихейства и гностицизма живы и сегодня и, как ни печально, активно внедряются в религиозную философию, а далее в науку и в обыденную жизнь.

<sup>5</sup> Андреев Д.А. Роза мира. М., 1991. С.111.

<sup>6</sup> О триадологических спорах см., например, Карташев А.В. Вселенские Соборы. М., 1994.

Во всяком случае, не погружаясь в сложно переплетенные структуры тонких миров и избегая всевозможных *creation pot creature* (т.е. тварно-нетварных и нетварно-тварных сущностей, коих мысленно построить можно бесконечное множество), следует все-таки признать четкое онтологическое разделение тварного и нетварного. Что и пытался сделать Даниил Андреев в приведенном выше отрывке, но увлекся реконструкцией иерархии.

Тварность мира и, соответственно, Разума независимо от его принадлежности (т.е. человеческого или нечеловеческого) приводит к выводу о неполноте нашего видения Разума, о его сокрытой части. Тварный разум — лишь бледное отражение в тусклом зеркале образа Разума нетварного. Степень его контрастности и четкости и, соответственно, нашей способности ясного видения Промысла (а это и есть божественный Разум) оказывается зависимой от целостности нашей личности.

Эту мысль находим у апостола:

«Когда я был младенцем, то по-младенчески говорил, по-младенчески мыслил, по-младенчески рассуждал; а как стал мужем, то оставил младенческое. Теперь мы видим как бы сквозь тусклое стекло, гадательно, тогда же — лицом к лицу; теперь знаю я отчасти, а тогда познаю, подобно как я познан». (1-е Кор. 13. 11-12)

Тусклые зеркала нашего личностного бытия прикрывают собой встречу (сретение) лицом к лицу с Самим Богом. Чем более через нас повреждается мир, тем более тускнеет зеркало и отдаляется от нас и в нас Образ Божий, уступая место человекоподобному изображению. Вот источник неразрешимых противоречий и страданий. Деятельность человека есть онтологическая необходимость обретения рефлексии, сама она есть вид рефлексии, ибо только в таком ракурсе она вообще имеет какой-либо смысл.

Немошное неведение целого плюс интеллектуальный блуд (развращенная потеря целомудрия) создают желание конструировать мысль представления о Космическом Разуме из того материала, с которым данный «думатель» привык более всего работать.

Вот почему одной из высших человеческих добродетелей считается целомудрие, целостная разумность, говорить о которой, впрочем можно лишь как о максиме, как об идеале.

### 3.1. Божественный Разум

Нетварный Разум (т. е. Разум Творца) — предмет неудобообсуждаемый. Можем ли мы строить хоть какие-то суждения о Нем, бесконечно более сложном, превосходящем по смыслу этого понятия все мыслимое? Абсолютная трансцендентность Творца предполагает абсолютную же трансцендентность и Его атрибутов, впрочем, если допустимо рассматривать Его атрибуты как нечно отдельное.

Тут возникает целый ряд логических противоречий.

Констатация причинности бытия вне бытия заставляет признать целостность и полноту источника(сущности) причины, многообразно развернутой в бытие. Всякие же попытки взгляда из бытия на сущность вспять, к первопричине, обречены на фрагментарное частичное видение, так как не в состоянии восстановить целостность хотя бы и в срезе современности, собрав и познав как единое актуальное многообразие бытия во всей его сложности. Это факт эмпирический, означающий, что всякое суждение о первопричине с чисто логических позиций будет ложно, поскольку оно не включает основное качество первопричины — целостность и полноту. Поэтому бессмысленны всякие попытки научного и философского доказательства/опровержения бытия Божьего.

Это обстоятельство делает методологически ошибочными и всякие классификационные, типологические и в целом системологические подходы к описанию абсолютной трансценденции.

Полнота абсолютной трансценденции означает также, что в ней заключены, все известные нам свойства бытия (причем изначально положительные, если оставаться в рамках христианского мировоззрения), а также неизмеримо большее число неизвестных. Откуда следует, в частности, что нет никаких оснований выделять одно из этих свойств какой бы целостностью и полнотой это свойство ни обладало — по отношению ко Всему оно все равно останется частностью.

А реконструкция частной первопричины не достигает первопричины, т. е. наделение Бога атрибутами (Благо, Любовь, Разум, Всемогушество и т.п.) и отдельные суждения о них не просто приблизительны, но и ошибочны, если они рассматриваются в своей отдельности.

По учению Св. Григория Паламы, например, энергии Бога, проявляющиеся через Красоту, Мудрость, Истину и т.п., не свидетельствуют о наличии ка-

кой-либо сложности (в смысле множественности) в Нем. Как каждое Лицо Св. Троицы есть Бог, так и каждая божественная энергия раскрывает Его полноту (= есть Бог). (...) Умножение божественных энергий не изменяет единства Бога по сущности высшего Своих энергий: божественная сущность есть причина энергий»<sup>7</sup>.

Особенно ярко проявляется ошибочность и противоречивость тогда, когда один из выбранных атрибутов полагается главным или просто подвергается более пристальному вниманию как предмет изучения.

В частности, именно в подобную логическую ловушку и попала софиология, запутавшаяся в классификации тварных и нетварных энергий. Смешивая Лица (Ипостаси) Св. Троицы и действия (энергии) Божества софинианское частное богословие (например в лице о. Сергия Булгакова) вынуждено было выделять в качестве самостоятельной личностной сущности Божественный Разум, связывая его с персонифицированной Софией — премудростью Божией.

О софинианстве вкратце говорилось выше, но необходимо остановиться на нем и здесь как на примере неудачной попытки (однако весьма серьезно богословски, философски и научно вооруженной) проникновения человеческого ума в таинства Божественного Разума. Это имеет смысл еще и потому, что софиология на сегодняшний день, по нашему мнению, наиболее проработанная и «совершенная» теория из всех тех, которые пытались «опредметить» Божественный Разум и не смогли этого сделать без явных внутренних противоречий. И в этом качестве она полезна, так как демонстрирует тщетность подобных попыток и позволяет не повторять совершенных ошибок.

Из последних работ, посвященных софиологии<sup>8</sup>, обращает на себя внимание статья митрополита Антония (Мельникова), в которой указывается, что в святоотеческой православной традиции Премудрость Божия отождествляется с Воплощенным Словом — Иисусом Христом. В софиологии же шли иска-

<sup>7</sup> Майердорф Иоан. Введение в святоотеческое богословие (конспекты лекций). Вильнюс — Москва. 1992. С. 348.

<sup>8</sup> Можно также указать: Струве Н. Спор о софиологическом // Вестник РХД. Париж - Нью-Йорк. М. 1987. № 1 (149). С. 5-6. Уста праповедника изрекают премудрость...Отклик на статью Н.К.Г. «... И слыны премудрости ищут» (заметки о софиологии). Там же. С.12-45 (Полемика вокруг статьи митрополита Антония.)

ния Премудрости Божией вне ипостаси Господа, отвлеченно, что делало гнозис — знание, — по существу самоцелью.

Митрополит Антоний проанализировал софиологические интуиции о.Павла Флоренского, софиологическую систему о.Сергия Булгакова и софиологические искания Владимира Соловьева и пришел к выводу, что эти учения находятся на грани ереси и могут привести к отрицанию догмата воплощения Бога-Слова поскольку:

«Если **обожение** невозможно, если Боговоплощение, по сути, отрицается, тогда появляется потребность в построении аллегорических мозаик, тогда образ (речь идет об иконографическом образе. — А.К.) — лишь способ возбуждения умственного сладострастия, вожделения к безыпостасным идеям.

Если **обожение** возможно, если **образ действия** сущностно соединяет с Первообразом, то возможно и приобщение к Самой Божественной Премудрости — и тогда тварная София-Премудрость оказывается концептуальным излишеством»<sup>9</sup>.

В этих словах ключ к православному отношению к Божественному Разуму, постигаемому лишь через сущностное соединение или личное общение с Богом, знания о котором могут быть только и исключительно откровенные т.е. открытые Им Самим в результате Его Собственного Божественного Волеизъявления. Всякое же своевольное (пусть даже и весьма богословски подкованное и высокоумное) проникновение в сокровенное обречено остаться заблуждением.

«Бог не предмет науки, и богословие радикальным образом отличается от философского мышления; богослов не ищет Бога, как ищут какой-либо предмет, но Бог Сам овладевает богословом, как может овладевать нами чья-то личность»<sup>10</sup>.

<sup>9</sup> Антоний (Мельников). Из истории Новгородской иконографии // Богословские труды. М., 1986. № 27. С. 76-77.

<sup>10</sup> Лосский В.Н. Догматическое богословие. М., 1991. С. 200.

Именно поэтому мы оставим здесь попытки описания нетварного Разума<sup>11</sup> сосредоточиваясь на разуме тварного мира.

### 3.2. Разум тварного Космоса

Сознательно отбрасывая рассмотрение псевдореальных зеленых инопланетных гастролеров с антеннами в виде неких антропоподобных биологических существ, мы тем не менее не имеем основания сомневаться в сущностях ангелических чинов и в тварях (агелах), обитающих в inferнальном универсуме, т.е. всего того, что условно именуется невидимым миром.

Вместе с тем именно рефлексирующий человеческий разум позволяет организовывать сам процесс осмысления и конструирует из доступного ему материала словесные формулы структур миров, более того, дерзостно пытается проникнуть в сущность Нетварного. А материал этот принадлежит миру видимому, т.е. открытому для восприятия, познания и деятельности человека.

Хотя деление миров на видимый и невидимый весьма относительно, условно, в сущности, индивидуально-лично и совершается не по онтологическому, а по гносеологическому признаку, мы будем здесь придерживаться.

Космос строен, многосложен и красив. Он целесообразен и разумен. Если разумность Космоса — результат Творения, то целесообразность всего в нем происходящего есть откровение Промысла.

Вместе с тем, Разум и Разумность есть именно та дверь, через которую в мир вошло зло. Именно через познание, через гностическое древо, посредством гностического змия. Об этом необходимо помнить при любых попытках умопостижения чего бы то ни было, особенно при умопостижениях ума.

Зло не есть природа как таковая, но испорченная природа типа вышедшего из строя холодильника или утюга. Оно не существует само по себе, как существует сам по себе утюг или холодильник, но лишь характеризует его. А Сатана — это персонализированная порча Божьего творения человеком, т.е. самого

---

<sup>11</sup> Без рассмотрения оставляем также представления о нетварном разуме и в иных (нехристианских) мировоззренческих системах, поскольку в христианстве, на наш взгляд, этот вопрос проработан наиболее полно и системно. Даже в такой развитой и изощренной системе, как будизм Абсолют самоустраняется из рассмотрения, так как ему приписывается лишь одно качество быть антиподом бытия, а вовсе не сущностью.

себя как венца творения и тем самым — всей подчиненной ему природы, он и сам есть Божие творение.

Согласно В. Лосскому<sup>12</sup>: «Проблема зла — проблема по существу своему христианская. Для атеиста зрячего зло — только один из аспектов абсурда, для атеиста слепого оно есть временный результат еще не совершенной организации общества и мира. В монистической метафизике зло является неотъемлемым определением тварного, как разлученного с Богом; но тогда оно ничто иное, как иллюзия. В метафизике дуалистической оно есть «другое», та злая материя или злое начало, которые, однако, совечны Богу.» И только христианство оказывается способным целостно и корректно поставить вопрос, как объяснить наличие его (зла) в мире, сотворенном Богом, в том видении, в котором сотворенное по существу своему есть добро? Более того, В. Лосский пишет, что «мы не можем не задавать себе вопрос: что такое зло? Однако вопрос этот ставится неправильно, так как им предполагается, что зло есть «нечто». При такой постановке мы склонны принимать зло за некую сущность, за некое «злое начало», за манихейского антиБога. Тогда вселенная представляется какой-то «ничейной зоной» между Богом добрым и богом злым, а все ее богатство и разнообразие — лишь игрой света и тени, вызванной борьбой этих двух начал.» Но «у Бога нет контрпартии; нельзя предполагать существование каких-то природ, которые были бы Ему чужды. И если последнее прошение Молитвы Господней в аспекте философском можно истолковать как «избави нас от зла», то воплем конкретной нашей тревоги, конечно, остается «избави нас от злого» — от «лукавого». «Лукавый» — это личность, это «некто». Зло не есть природа, но состояние природы, оно есть как бы болезнь, как бы паразит, существующий только за счет той природы, на которой он паразитирует (курсив мой. — А.К.). Точнее, зло есть определенное состояние воли этой природы; эта воля ложная по отношению к Богу. Зло есть бунт против Бога, т.е. позиция личностная. Таким образом, зло относится к перспективе не сущностной, а личностной. Человек дал место злу в своей воле и ввел его в мир. Правда, человек, по природе расположенный к познанию Бога и любви к Нему, выбрал зло потому, что оно было ему подсказано: в этом — вся роль змия. Зло в человеке, а через человека и в земном космосе, связано с заражением, в котором нет, однако, ничего

---

<sup>12</sup> Лосский В.Н. 1994. С. 249.

автоматического: оно могло распространяться только с свободного согласия человеческой воли. Человек согласился на это господство над собой.

Однако зло имеет свое начало в ангельских мирах...»

Сущность сатаны ангелическая, но испорченная, больная. И проявиться этой болезни и испорченности позволило грехопадение Адама. И сейчас зло проявляется в человеческом мире, поражая всю тварную природу, прилепляясь к испорченности (греховности) людей посредством информационных и логических инструментов.

Личностные космические существа (населяющие как невидимый, так и видимый миры) суть существа, обладающие разумом и свободой воли, и именно поэтому на разум в космическом контексте накладывается знак, что требует оценочного отношения к нему. Эта мысль, являющаяся откровенной ересью для рациональной науки, в богословской методологии стала основным способом различения чего бы то ни было. Без нравственных и глубоко личностных критериев плохое-хорошее, злое-доброе, полезное-вредное невозможно восстановить понятийное пространство как богословской науки, так и знания в его целостности и единстве. Таким образом, размышляя о космическом разуме как не столько о научной, сколько богословской категории, мы обязаны вводить соответствующие классификаторы.

Итак, относительно тварного Космического Разума может быть построен такой классификатор:



С его помощью можно попытаться различать интеллектуальные, в обобщенном смысле рационалистические системы, будь то научные направления, исследовательские программы, политические доктрины или религиозные учения. То, на чем базируются они, их оценка и может стать основанием для отнесения их к такому или иному типу.

Но можно ли говорить при этом о Разуме Вселенной как о некоей самостоятельной метафизической целостности или следует ограничиться рассмотрением разума населяющих Вселенную разумных существ? Это вопрос не простой.

### 3.2.1. Космический разум невидимого мира

Разум космических существ тонких миров находится как бы посередине между человеческим Разумом (оразумляющим материальный мир и воплощающимся в материальном мире) и Разумом Божественным (трансцендентным Миру и имманентным ему).

«Ангел есть сущность, одаренная умом, всегда движущаяся, обладающая свободной волей, бестелесная, служащая Богу, по благодати получившая для своей природы бессмертие, каковой сущности вид и определение знает один только создатель. Бестелесной же она называется, также и вещественной по сравнению с нами, ибо все, сопоставляемое с Богом, Который один только — несравним (ни с чем), оказывается и грубым и вещественным потому, что одно только Божество по истине — невещественно и бестелесно.»<sup>13</sup>

Обитатели невидимого мира сотворены как существа личностные. Более того, ангелы сами по себе являются целыми мирами (например, по Лосскому), но вот применимо ли к ангелическим мирам понятие Космического Разума в качестве некоей всеобщей целостности?

Возможно ли это, а если возможно, то каковы мировоззренческие последствия такого взгляда? Постараемся разобраться.

Во-первых. Наличие космической целостности (системности), интегрирующей разум тварных ангелических миров, придавало бы им статус Космического Субъекта, т.е. ставило бы их в оппозицию к Творцу, исключая Непостижимое из небесной иерархии. Что, собственно, и произошло, когда некоторые англи-

<sup>13</sup> Иже во Святых отца нашего Иоана Дамаскина точное изложение православной веры. 1894.

ческие сущности (во главе с Люцифером) впади в гордыню, ибо пожелали (а личностность твари и предполагает свободу желания, воли и ума) быть «аки бози», отчего остались вечно разделяемые в самих себе, вечно озлобленные (зло здесь как онтологизированная частность, разделение).

Во-вторых. «Сотворенные в молчании», до Слова (первое Слово бытия «да будет Свет») свидетели творения сами суть целые миры, среди которых наша Вселенная лишь одна из неизмеримого количества тварных ангелических миров, однако находящаяся по отношению ко всем ним в особом центральном положении. Ангельские сферы-миры не просто, да и не нужно, объединять в некую над ними находящуюся, но остающуюся тварной целостность, ибо каждый из них самодостаточен и самосовершенен, разумеется, в той степени и до той черты, пока эта самодостаточность и самосовершенство остается при-частной к Совершенству Творца.

И, наконец, в третьих, разделенность невидимого мира на ангелов и аггелов, на рай и преисподнюю уже сама по себе не позволяет рассматривать их как некое целое. Ангелы небесной иерархии, чистые образы Божие всю свободную волю свою и свой разум направляют исключительно на служение Троициному Богу и, следовательно, не стремятся и не склоняют человека с его земной наукой к какому-либо их интегральному рассмотрению. Напротив, инфернальное «население» только и делает, что нашептывает человечеству одну за другой мировоззренческие идейки всеединства духовного мира. Языческое (политеистическое) мировоззрение позволяло аггелическим персоналиям действовать в физическом мире как бы «от себя». Но затем они были побеждены и сброшены со своих пьедесталов, повержены ниц монотеизмом, особенно те откровением личности Сына Человеческого (что придало личностный статус не только духовно-природным существам, но и духовно-природному человеку в собственных глазах). Возвращение утраченного былого господства в умах человеческих князь мира сего видит уже в идеях пантеизма (хотя и неоязыческие доктрины не отбрасываются окончательно), являющегося философско-мировоззренческой основой антихристового религиозно-научного синтеза, а основное направление удара — личность человека и ее духовная и космическая центральность.

Право на реальность в пантеизме получают не только первосотворенные, Противобог (Сагана, Дьявол, ...) и не только маленькие бесенята (которые раньше сбивали с пути ямщиков посредством свето-, звуко-, запахогаллюцина-

ций — ну там огонек мелькнул, собака тьякнула, дымом запахло — он поехал и сгинул в чаще... а сейчас позволяют пилоту Boeing'a сына за штурвал посадить или внушают шоферу бензовоза, что тот успеет проскочить перекресток...), но и новообразованные, уже человеко-тварные Большие Демоны различной природы.

Даниил Андреев определяет эгрегоров, как иноматериальные образования, возникающие из некоторых психических выделений человечества над большими коллективами: племенами, государствами, партиями и религиозными объединениями. Они обладают временно сконцентрированным волевым зарядом и эквивалентом сознательности.

Автор говорит о существовавшем много столетий Большом Демоне папства, который во многом подчинил себе ментальность Пап и других иерархов католической церкви, что и вызвало, по Д. Андрееву, ее претензии на мировое господство, утверждаемое огнем и мечом, крестовыми походами, инквизицией и прочее.

Д. Андреев повествует и об эгрегоре Российской государственности, и о Великой сеятельнице смут России — Велге, страшном демоническом существе, ответственном за революции и бунты...

У Оруэлла (для сравнения) описан период будущего правления АС/ДС — Большого Брата. Период мощи и безраздельного господства над душами эгрегора (именуемого Цебрумр) будущей Антицеркви, то бишь Партии. Сходство внушаемых тезисов очевидно.

А происходит это потому, что форма откровений свыше и снизу одна и та же (ибо сатана — обезьяна Бога и клеветник), почему их и трудно различать. Возможно даже взаимное цитирование, а ведь подмена в сознании происходит не только у тех, кто говорит, но и у тех, кто слушает.

Полученное Даниилом Андреевым в мистическом откровении (по нашему мнению, в результате нашептывания inferнальных существ) приводит его к выводу о необходимости рождения новой религии — «религии итога, которой ныне чреват мир...»:

«Сорок или тридцать лет назад многим в России казалась неизбежной гибель религии вследствие прогресса научного или социального... И однако же соцветие религий не только не погибло, несмотря на все средства, ради этого мобилизованные, но именно под влиянием научного и социального прогресса

обогащается тем, что делает мировую религиозность вместо сочетания разрозненных лепестков целокупным и единым духовным цветком, Розою Мира»<sup>14</sup>.

Написаны эти строки в 1958 году.

Взращивая Розу Мира, Даниил Андреев почему-то не задумывается, что на ее лепестках преспокойно усядутся и первосотворенные «свидетели творения» из inferнальных миров, и «большие демоны эгрегоры», более похожие на массовые галлюцинации, и люди и не будет между ними никакого различия и никакой у них не останется личности, поскольку «духовный цветок» целокупен и един.

А вот что писал по этому поводу несколько ранее Владимир Соловьев:

«Вселенская религия есть плод великого дерева, корни которого образованы первоначальным христианством и религией средних веков. Современные католицизм и протестантизм — это иссохшие и бесплодные ветви, которые время срезать. Если ты называешь христианством все дерево, тогда вселенская религия, без сомнения, только последний плод христианства, христианства в его совершенстве. Но если ты даешь это имя только корням и стволу, тогда вселенская религия не есть христианство.»<sup>15</sup>

Иными словами, вселенская религия есть религия антихристианская, а вселенская космическая церковь есть объединение всех космических сил против церкви Христовой. Следовательно, говорить о целостности космического разума тонких миров (что и делается в теософии — Е. Блаватская, Е. Рерих и др., антропософии — Р. Штайнер и др., универсальном эволюционизме — Т. Шарден и т.д. и т.п. значит объединяться против Бога, направлять свою волю против Воли Творца и Божественного Домостроительства, и не только против Бога, но и против Образа и подобия Божьего — Человека.

### 3.2.2. Космический разум видимого мира

Эмпирическое обобщение В.И. Вернадского приравнивает человеческий Разум к природной, геологической силе. Фундаментальность Разума как космиче-

<sup>14</sup> Андреев Д.А. Роза мира. 1995. С. 18.

<sup>15</sup> См. В.С. Соловьев София. Первая триада. Первые начала. (Каир, Февраль 1876).

ской силы заставляет рассматривать его не только в естественно-научном, но, главное, в духовном плане. Духовный взгляд на мир предполагает как следствие наличие смысла не только внутри человека, но и вне его — и в этом ключе осмысление окружающего пространства, наполнение его жизнью. «В центре Вселенной, — говорил В.Н. Лосский, — бьется сердце человека...»<sup>16</sup>»

Духовная центральность человеческого Разума вместе с геоцентрической (в духовном смысле) картиной мироздания задает особую перспективу (об иконическом, «обратно-перспективном» способе смотрения) постижения сущности бытия.

Космический Разум — понятие конкретное. А тварный космический разум тем более. Космический Разум — это разум человеческий, причем каждого человека, осознающего себя в качестве личности.

Если сознание человека есть его рефлексия, то сознание Космоса — рефлексия Космоса — это личность человека, причем каждого человека, во всей его индивидуальности. Но и это еще не все.

«Человек есть Богозданный храм Божества по душе и телу», — писал Святитель Игнатий Брянчанинов<sup>17</sup>.

Но каким образом в ограниченном пространственно существе может поселиться Существо, не ограниченное ни пространством, ни временем? Каким образом в человека — ничтожную часть Космоса — может поместиться весь Космос? Сие логическое «противоречие» немедленно усматривают люди науки, хотя на самом деле тут никакого противоречия нет даже с точки зрения науки. Наука, в частности математика, знает, что число точек на ограниченном отрезке прямой бесконечно, знает математика и фигуру ограниченного объема, но бесконечной поверхности (так называемый сапог Шварца), а современная топология хорошо изучила поверхности, обладающие самоизнаночностью (типа листа Мебиуса) и т.д. и т.п.

Такие качества, как разум, помышление (воля) также подаются в виде чего-то, что может наполняться. Иными словами, являются формами по существу, а не их наполнениями, формальными, а не содержательными понятиями.

<sup>16</sup> Лосский В.Н. 1994. С. 234-235.

<sup>17</sup> Святитель Игнатий (Брянчанинов). Слово о человеке // Богословские труды. М., 1992. С. 288.

Но, будучи формами, сосудами, разум, воля, мысль, идея, смысл и т.п. идеальные объекты — тем не менее идеальны (бестелесны) только по отношению к грубой посюсторонней реальности. Относительно же Невещественного в абсолютном смысле Творца они оказываются и телесны, и материальны, и вещны. Мысль о вещности и особого рода материальности идеальных объектов, об их особого рода плотности (в смысле воплощенности) периодически посещает философствующие умы, но либо сразу же отбрасывается, либо приобретает вульгаризированное технологическое отражение в виде попыток выделения мысли в качестве некоего химического вещества (желудочки мозга Р.Декарта) или современных экспериментов по взвешиванию душ и т.п.

Очевидно, что искусственное пресуществование (а именно это, собственно, и происходит в экспериментах «по взвешиванию душ») носит обратный характер (т.е. свершается о-существование материального в идеальном, а не пресуществование идеального в материальное), а их наблюдаемая успешность — либо результат ошибочной интерпретации, либо прямая наведенная иллюзия инфернальных сил.

И от прибора, и от самой наблюдательной стратегии требуется степень тонкости, соответствующая степени тонкости наблюдаемых объектов. Таким прибором и является человеческий Разум, обладающий умо-зрением, воз-зрением, умо-постижением и тому подобными идеальными качествами, сущностно неотъемлемыми от человека.

Ведь со-образно сущности человека определяется его место в мироздании. «Сотворением человека Творец заключил мироздание, т.е. сотворение миров видимого и невидимого... Извлекал он все из ничтожества единым словом... Земля, созданная, украшенная, благословенная Богом, не имела никаких недостатков. (...) Ныне взорам нашим представляется земля совсем в ином виде. Мы не знаем ее состояния в святой девственности; мы знаем ее в состоянии растления и проклятия. Смерть вошла в мир грехом, быстро объяла, заразила, неисцельно повредила мир»<sup>18</sup>.

Мир был создан целостным и единым, но затем в результате грехопадения человека разделился на видимый (вещественный) и невидимый (духовный, ангелический). Понятия «видимый мир» и «невидимый мир» относительны, как

---

<sup>18</sup> Там же. С. 291-297.

относительны понятия «вещественное» и «духовное», и относятся более к познавательной способности человека. Императив познания — Слово Божие, ибо «слово Божие доставляет познания, необходимые для жительства богоугодного — жительство богоугодное соделывает человека обителю Святаго Духа. Который и научает своеобразно, не по стихиям мира, словесный сосуд Свой высокому учению Божественной истины, невыносимому и несвойственному для разума плотского и душевного» (Ин. 16, 12.13; 1 Кор. 2, 13.14).<sup>19</sup>

Бог сотворил человека по образу и подобию Своему, это означает, что Человек был отпечатком Божества не только по существу своему, но и по нравственным качествам — по премудрости, по благодати, по святой чистоте, по постоянству в добре. Полнота сходства необходима была для того, чтобы человек удовлетворял своему назначению — быть храмом всесовершенного Бога.

Ум человека долженствовал быть Умом Божиим (1 Кор. 2, 16), слово его долженствовало быть Словом Божиим (1 Кор. 7, 12; 2 Кор. 13, 3), дух его должен быть соединен с Духом Божиим (1 Кор. 6, 17), его качества должны быть Богоподобными (Мф. 5, 48). Вселение Бога в человека есть вместе и теснейшее соединение Бога с человеком; человек-тварь соделывается причастником Божественного естества! (2 Пет. 1, 4)

Иными словами, умо-зрение человека долженствовало приблизиться к точке, относительно которой видимым долженствовал стать весь тварной мир, вся грубая материя и все тонкие духовные силы.

Но в результате грехопадения произошло прежде всего именно повреждение ума, ставшего уже не способным вобрать в себя, в сосуд человеческой души, в сосуды разума и рассудка, полноту знания.

Душа же суть «дыхание жизни», она бестелесна, но лишь относительно человека. Т.е. душа субстанциональна и вещественна в той же степени, как и существа, населяющие горний мир, — ангелы, но тонка, виртуальна и невещественна в чувственных глазах грубой материи, относительного грубого дольного мира. Человек — душевно-телесный, грубо-тонкий — предназначен выполнять роль связующего звена, посредника, вестника, ангела земного, завершающего картину Творения Божьего. Вот почему он и именуется венцом творения и занимает духовно-центральное место в тварном мироздании.

---

<sup>19</sup> Там же. С. 289

«Душа, подобно ангелам, имеет ум, духовное чувство, свободную волю, но, как тварь, ограничена и по существу своему, и по свойствам своим; по причине этой ограниченности имеет и свою степень тонкости, может содержаться, и содержится, в нашем грубом теле, может быть заключена в адской темнице, может быть подвержена адским мукам, может, если будет допущена, перемещать места, может быть помещена в рай; она способна к высшему наслаждению, наслаждению внутреннему, являющемуся в сердце и распространяющемуся по всему человеку»...<sup>20</sup>.

Ум человеческий (он же Разум) непосредственно отождествляется с Образом Божиим.

«Что же такое образ Божий, если не ум? — говорит св. Иоанн Дамаскин.

Ум человеческий — мыслерождающий постоянно. Мысль же — внутреннее слово, ум не слитен и не разделен с мыслью, составляет с ней единство, не может быть без нее. Ум невидим и непостижим сам по себе, но является и открывается через мысль; воплощаясь и оплощаясь, приобретает плотское вещественное существование в стране вещества прежде через звуки и знаки, а затем и через действия и вещи.

Человек и его разум возносятся в христианском богословии до духовного центра всего тварного. А ум, воля и внимание ангелических миров, напротив, направляется Господом ко всему земному.

«...Земля духовно центральна, потому что она — плоть человека, потому что человек, прорываясь сквозь бесчисленное видимое, чтобы связать его с невидимым, есть существо центральное, то существо, которое объединяет в себе чувственное и сверхчувственное и потому с большей полнотой, чем ангелы, участвует во всем строе «земли» и «неба».

Итак, тайны Божественного домостроительства совершаются на земле, и вот почему Библия приковывает наше внимание к земле. Она не только запрещает нам рассеиваться в беспредельных космических мирах (которые, кстати сказать, наша падшая природа может познавать лишь в их разобщенности), она не только хочет освободить нас от узурпации падших ангелов и соединить с одним Богом, но говорит об ангелах, показывая их обращенными к земной исто-

---

<sup>20</sup> Там же. С. 295

рии, к той истории, в которую включается Божественное домостроительство, говорит о них как о служителях (или врагах) этого домостроительства.»<sup>21</sup>.

Но с другой стороны:

«Управление человеком принадлежит словесной силе, которая в непорочном состоянии действовала согласно с силою воли и силою мужества или твердости. Воля стремилась к Богу; сила твердости содержала человека постоянно в его правильном стремлении; силою словесною человек пребывал в непрерывном соединении с Богом. По падению они стали бороться и препираться между собою. Самый дух наш соделался обличителем своего начала — ума, подвергшегося омрачению, борется с мыслями, приводит их к разноречию и сбивчивости и сам увлекается обольщенными мыслями»<sup>22</sup>.

А обольщенные человеческие мысли вместе с силами воли и мужества овеществляют окружающий мир по образу и подобию человеческому, внося в него о материализованные обольщения в виде многообразных рукотворных предметов, на которые распространяются свойства первообразных форм человеческого ума, изрядно подпорченных грехопадением.

Вот где лежит основное противоречие теоретизирования на тему космического разума.

Соблазненный и прельщенный человеческий разум, отвратившись от созерцания Бога, поворачивает свой мысленный взор к грубому миру и, ощутив там острое чувство одиночества, тщится увидеть в нем себе подобного — равномасштабное космическое существо. Не найдя, начинает лепить его из чего попало — из глины, микросхем или материализованных ментально-астральных сущностей.

### 3.3. От глины к кремнию (современное бытие Голема)

Согласно каббалистическим рецептам, чтобы сделать Голема («комок», «неготовое», «неоформленное» — евр.), надо вылепить из красной глины человеческую фигуру, имитируя таким образом, действия Бога (прельщение лукавого — «будете как боги» — *А.К.*); фигура должна быть величиной с десятилетнего

<sup>21</sup> Лосский В.Н. 1991. С. 235.

<sup>22</sup> Святитель Игнатий (Брянчанинов). Слово о человеке // Богословские труды. М., 1992. С. 299

ребенка. Затем надо оживить ее с помощью начертания на ее лбу каббалистического символа-слова «жизнь». Ожив, Голем начинает необычайно быстро расти, достигая гигантских, сверхчеловеческих размеров, и приобретает необычайную силу. Оставаясь в положении бессловесного раба и выполняя все приказы своего хозяина, Голем тем не менее может взбунтоваться и уничтожить его. Не обладая душой и словесностью, глиняный человек (колосс на глиняных ногах) обладает жизненным интеллектом, что свидетельствует о начертании заклинания на лбу.

Наиболее известно предание о создании Голема раввином Львом в Пражском гетто (XVI — начало XVII века).

Образ искусственного человека был достаточно распространенным как в дохристианской, так и в послехристианской эзотерической культуре, из которой он проникал в бытовую культуру, неся на себе налет чего-то запретного и опасного. Таковы образы гомункулов, возрождающихся из праха и небытия с помощью сложной алхимической мистерии — химической женитьбы, и таков же более приземленный и понятный литературный образ Франкенштейна, столь любимого персонажа современных фильмов ужасов. Черты Голема практически целиком переданы научно-фантастическому персонажу Карела Чапека — Роботу. При этом искусственный человек производился не только из праха земного, но и из собственно человеческого материала — зомби (в магии архаических культур), мангурт («И дольше века длится день» Чингиз Айтматов). Кстати, подуфантастический термин «зомби» и «зомбирование» в последнее время прочно утвердился в психологической науке (например, в NLP) и стал обозначать вообще обезличивающую манипуляционную психотехнику, а также укрепился в общественном обыденном сознании.

Основные черты Голема — искусственность, бездушность и бессловесность, превосходство над человеком в силе (а иногда в Рассудке) и склонность к слепой всеразрушающей ярости — трансформировались в культуре в форме страха перед машиной. Бунт Роботов (киборгов) — один из популярнейших современных сюжетов. Связь искусственных созданий со слепыми силами разрушения, приданных им конструкторами, анализирует, например, родоначальник кибернетики Норберт Винер в своей небольшой работе «Творец и робот». Он пишет вполне в духе средневекового бытового гностицизма, что у человека всегда есть выбор, кому служить — Богу или Сатане, но в случае служения

последнему необходимо заменить Бога собой, а себя творением, искусственно созданным, человекоподобным, т.е. Големом, или в современном звучании — кибернетической (самоуправляющейся) машиной.

Кибернетика придала Голему новую жизнь, поставив вопрос об искусственном интеллекте, от которого уже не требуется антропоморфное повторение человека, а лишь его главных черт — способности к рассуждению, размышлению и принятию решений. Нужно сказать, ни у науки, ни у рационалистической философии нет однозначного ответа на этот вопрос. Если еще возможно утверждать, что отдельно взятая машина не в состоянии превзойти интеллектуальные свойства человека (хотя, скорее всего, и это не так), то сомневаться в интеллектуальном превосходстве над отдельным человеком глобальной человеко-машинной системы, суперкиборге, объединяющей ученое человечество с помощью телекоммуникационных компьютерных средств, уже не приходится вовсе.

Может быть, этот суперкиборг и есть ноосфера — Космический Разум в современном звучании?

Академик Никита Николаевич Моисеев так и пишет: «Мне кажется, что сейчас происходит своеобразный процесс создания некой глобальной системы, чем-то напоминающий процесс эволюции мозга человека на начальных стадиях его развития. Только роль нейронов в этой системе играют отдельные люди, вернее — индивидуальные разумы, оснащенные к тому же современной компьютерной техникой и имеющие доступ к многочисленным банкам данных — магнитным хранилищам человеческой мудрости и информации. Происходит не просто расширение памяти и накопление знаний. Важнее то, что обмен идеями интенсифицирует их развитие. Грубо говоря, несколько людей, работающих сначала изолированно, смогут понять нечто значительно быстрее и глубже, когда они станут обмениваться мыслями и работать в контакте. Вот почему я употребил слово «творчество». Значит, феномен Коллективного Интеллекта — это важнейшее ныне проявление кооперативности. Если угодно, это его высшая стадия — кооперация интеллектов.<sup>23</sup>»

Никита Николаевич уверен, что: «Она (кооперация интеллектов) никак не противоречит общей тенденции повышения роли личности в судьбах Челове-

---

<sup>23</sup> Моисеев Н.Н. 1995, С. 49.

ка. Более того, творческие возможности личности, включенной в Коллективный Разум, резко возрастают — это тоже факт эмпирический»<sup>24</sup>.)

«...мировое сообщество находится на пути к обретению Коллективным Интеллектом свойств «Общепланетарного Мозга», когда станет возможным говорить об утверждении информационного общества — уверен!»<sup>25</sup>

Вероятнее всего, прогноз академика осуществится, но, откровенно говоря, подобная перспектива не радует.

Слепленный из праха земного, оживленный при посредстве электронных заклинаний интеллектуальный, но бездушный «Общепланетарный Мозг» возрастает с чудовищной скоростью, подчиняя себе индивидуальные разумы людей. Он стремится заполнить собой духовный центр Мироздания — планету Земля. Он несет в себе родовые признаки своих предшественников, главный из которых — затаенная ярость разрушения (т.е. стремление к возвращению к своему первоначальному состоянию. Вспомним, что Голем ->комок», «неготовое», «неоформленное»). И как может быть иначе, когда он наследует вторичные свойства твари творения, «перевернутого» человека, бездушного и безблагодатного, и того, чьими усилиями свершается явление Сына Погибели — беззаконного человека — Антихриста.

Эти последние слова, вероятно, покажутся малоубедительными для рационально мыслящих людей, но при честном и по возможности полном анализе последствий объективного процесса кибернетического Ноогенеза должны выявиться неожиданные и непросчитанные «побочные» эффекты.

Например, виртуализация культуры и рождение особой иллюзорной компьютерной культуры.

Действительно, если человек, сидящий за терминалом, подключенным к глобальной системе, будет только и делать, что прилагать к трудам труды, то, может быть, он и сможет возрастать от силы к силе вместе с системой, и это (почему бы и нет?) послужит его творческому личностному развитию.

Но оставляя в стороне нерешенный вопрос о человеческих, психологически обусловленных интеллектуальных силах и возможностях, отметим лишь, что на тысячу пользователей возможно и найдется один, кто никогда не исполь-

<sup>24</sup> Там же.

<sup>25</sup> См.: Калмыков А.А. Новая общенаучная парадигма и Мир Божий // Человек. Общество. Вселенная, М., 1994.

зовал машину с прямо противоположной целью — в качестве игрушки и развлечения. Более одного на тысячу — вряд ли.

А технология развлечения с помощью компьютерных систем развивается слишком быстро, качественно и принципиально взламывая границу реальности, в роли которой в некомпьютерных формах искусства выступает театральная рампа, плоскость листа, экран кинематографа. Рождается искусство, проецирующее свои произведения, минуя уже не только чувственный экран, но и экран сознания. Образы, рожденные машиной, непосредственно воспринимаются психикой человека, и граница естественного мира и мира искусственного становится неразличимой. Реальность заменяется самогаллюцинирующей виртуальной реальностью, подобно тому, как это происходит при наркотизации.

Интересный пример приводит Н.А. Носов в своей статье посвященной виртуальной культуре:

«В Японии создан виртуальный город Хэбит (Кондзуми, 1995). Любой владелец компьютера может стать жителем этого города — «аватором». При приобретении гражданства человеку предлагается выбрать себе внешний вид из 1100 вариантов, подобрать себе одежду. Город Хэбит существует уже четыре года и его численность достигает 10 тысяч человек. «В системе используется новейшая компьютерная графика, усиливающая реализм виртуальной среды. Когда жители виртуального города выходят из своих виртуальных домов, они встречают других аваторов, которые прогуливаются по улицам, в жилой части, в парке, в лесу, в лабиринте. Жители могут общаться друг с другом, печатая послания на клавиатуре. Аватор получает зарплату размером в 200 официально принятых денежных единиц, но есть также возможность брать деньги взаймы в ссудных кассах или выиграть в азартные игры» (Кондзуми, 1995, с. 9). В городе Хэбит жители живут «полноценной» личной и общественной жизнью: вступают в браки, развлекаются, общаются, делают покупки, выбирают правительство и т.д.»

И далее автор статьи приходит к выводу:

«Таким образом, можно утверждать, что новая — виртуальная — цивилизация с ее киберкультурой и виртуальной психологией начинает «разъедать» и заменять собою нынешний новоевропейский тип культуры.»<sup>26</sup>

<sup>26</sup> Носов Н.А. Виртуальная цивилизация // Виртуальные реальности. М., 1996. С. 5-10.

Итак, то, что мы ожидаем в виде информационной цивилизации, может обернуться цивилизацией виртуальной, в которой уже не будет места реальности, как не может найтись места реальности в царстве Иллюзии и Обмана, царстве Антихриста, находящемся под властью Первоиллюзиониста.

Но Бог поругаем не бывает, и поэтому необходимо доискаться духовного смысла, связанного с рассматриваемым вопросом понятия ноосферы, прежде чем поспешно отождествлять Космический Разум с человеко(и не только)-тварными интеллектуальными конструкциями.

### 3.4. Ноосфера — перцептивный экран Космического (всечеловеческого) Разума

Ноосфера с момента рождения этого термина (первая половина XX века) воспринималась как нечто внешнее и одновременно предполагающее центр и все же в обратной перспективе само становящееся центром. И это впоследствии выстраивало концепции ноосфероцентрического свойства. Несмотря на то, что уже с самого начала было ясно, что ноосфера грозит элиминировать человеческую свободу и, более того, заменить собой Бога, ноосфера была принята на вооружение как единственно спасительная идея, казалось бы, способная соединить без кричащих противоречий рационалистическую картину мира с ее эволюционной теорией и неизбежной тепловой смертью и одновременной верой в прогресс (сопровождаясь забвением гуманитарных ценностей) и гуманитарные ценности, порядком к тому времени истрепанные войнами и революциями, предчувствованием профанного экологического конца света.

Экзистенциалисты заговорили об отчуждении и о том, что «Бог умер», о смыслоутрате, и это стало любимым сюжетом разговоров в евро-американских салонах начала XX века. Светская эсхатология, утратившая религиозную горячность, выливалась в теплохладном чувственном модерне, безвольном жертвенном декадансе, уводящей отвлеченности супрематизма и т.п. культурных продвижениях, общим свойством которых было обостренное чувство человеческого одиночества, богооставленности.

В этой обстановке идея ноосферы возвращала рационалистический смысл существования отдельному человеку во всемогущем коллективе, придавало новую перспективу, казалось бы, окончательно развеивая эсхатологические стра-

хи. Пьер Тейяр де Шарден, один из основных генераторов ноосферической концептуологии, писал:

«В настоящее время вся совокупность мыслящих сил и единиц вовлечена во всеобщее объединение посредством совместных действий внешней и внутренней сторон Земли, все части человечества проникают друг в друга и сплавиваются на наших глазах в единый блок вопреки тенденции этих частей к разъединению и соразмерно ей; все это совершенно естественно, если уметь видеть в этом высшую точку организации космического процесса, неизменного со времени тех далеких эпох, когда наша планета была молодой.»<sup>27</sup>

Конец же этого всеинтеграционного процесса в точке Омега, которая не просто точка в пространственно-временном континууме, а бог-омега — конец света, который:

« — внутренний возврат к себе целиком всей ноосферы, достигшей одновременно крайней степени своей сложности и своей сосредоточенности.

— переворот равновесия, отделение сознания, в конце концов достигшего совершенства, от своей материальной матрицы, чтобы отныне иметь возможность всей своей силой покоиться в божьей омеге.

— критическая Точка одновременного возникновения и обнаружения, созревания и ускользания.»<sup>28</sup>

Очевидно, что точка зрения Т. Шардена достаточно далека от воззрения католической церкви, ревностным служителем которой он был (генерал ордена Иезуитов). Но дело даже не в этом. Спасая классическую эволюционную теорию от накопившихся к тому времени внутренних нестроений и обнаруженных нелепостей, Т. Шарден преобразовывает ее в теорию эволюционизма универсального, в которой эволюционированию, (т.е. целенаправленному и самоусложняющемуся изменению), подвержено все — весь универсум, с его видимыми и невидимыми мирами и, более того, Сам творец этого универсума оказывается изменным и эволюционирующим.

Почти одновременно с Т. Шарденом, но немного другим языком эти же идеи высказал В.И. Вернадский, пытаясь, правда, приземлить понятие ноосферы, сделать его натуралистическим, скорее методологическим, чем онтологическим.

<sup>27</sup> Шарден Т. Феномен Человека. М., 1987. С. 193.

<sup>28</sup> Там же. С. 225.

Введенная им замена закона природы эмпирическим обобщением открывала широкие перспективы для использования в науке модельных спекулятивных методов философии.

Русская философская мысль искала свою точку омега и свой центр в софиологии. В этом смысле любопытен совет, данный о. Павлом Флоренским Владимиру Ивановичу Вернадскому в личном письме. о. Павел предлагал использовать вместо термина «ноосфера» термин «пневмосфера»<sup>29</sup> (т.е. духовную оболочку Земли).

Универсальный эволюционизм как научная школа оказался весьма продуктивен. В его стволе родилась синергетика (И. Пригожин), идея коэволюции, выдающиеся открытия в области случайных процессов и многое другое, но как идейно-философское учение сегодня он уже не кажется столь привлекательным, как в начале века. Порождаемая универсальным эволюционизмом новая парадигматика науки, как уже приходилось писать (Калмыков, 1994), дееобъективизирует реальность и тем самым сближает науку с паранаукой.

Культурологические последствия господства паранаучных идей в обыденном сознании общества достаточно хорошо известны и в целом негативны. Подробно разбирать это здесь нет необходимости, проще сказать, что ноосфера, воспринимаемая как сущность, т.е. как онтологическая категория, мало чем отличается от зеленых пришельцев, а бог-омега — от пантеистического абсолюта, сущность которого в не-сущности, в ничто.

За красотой построения скрылось, что эволюционирующий творец уже не творец, ибо посюсторонен и пусть тонко, но материален. Т.е. концепция Т. Шардена в основе своей материалистична, и найденный ею центр — лишь временная изменная цель.

<sup>29</sup> «... Со своей же стороны хочу высказать мысль, нуждающуюся в конкретном обосновании и представляющую, скорее, эвристическое начало. Это именно мысль о существовании в биосфере или, может быть, на бисфере того, что можно было бы назвать пневмосферой, т.е. о существовании особой части вещества, вовлеченной в круговорот культуры или, точнее круговорот духа. Несводимость этого круговорота к общему круговороту жизни едва ли может подлежать сомнению. Но есть много данных, правда, еще недостаточно оформленных, намекающих на особую стойкость вещественных образований, проработанных духом, например, предметов искусства. Это заставляет подозревать существование и соответственной особой сферы вещества в космосе. В настоящее время еще преждевременно говорить о пневмосфере как предмете научного изучения; может быть, подобный вопрос не следовало бы и закреплять письменно. Однако невозможность личной беседы побудила меня высказать эту мысль в письме. С уважением к Вам П.Флоренский 1929. IX. 21» (Переписка В.И.Вернадского и П.А.Флоренского // Новый мир. 1989, № 2.)

И здесь уместно высказать одну странную идею, быть может, позволяющую несколько по иному взглянуть на эволюционные и бифуркационные теории, так или иначе завязанные на понятии информации. До сих пор не существует ясного и однозначного понимания того, что такое информация и информационность, что такое сложность и восхождение сложности. Споры о тепловой смерти и выход из них путем введения странных аттракторов и бифуркаций, синергии и коэволюции все-таки не повернули стрелу времени, по-прежнему направленную в сторону хаотизации. Ибо предельная сложность есть предельная информационная насыщенность всех элементарий, их предельная обособленность, что такой же хаос, как и их предельная обобщенность и энергоинформационная равномеризация (тепловая смерть). Флоренский ввел понятие эктропии против энтропии, но если быть последовательным, необходимо ввести также понятие экформации, подразумевая под ним формацию, но не изнутри системы, как информация, не самоорганизацию, а извне ее. Внешний (вне ноосферы находящийся) источник организации и есть тот креативный движитель бытия, который в метафизическом плане тщетно ищет универсальный эволюционизм.

И тем не менее ноосфера реальна и телесна в той степени, в которой телесна и реальна интегрированная мысль Человечества. Она подобна древнему хрустальному небосводу с прикованными к нему светилами — недвижимыми научными и философскими концепциями и потому легко обозреваемыми мысленно.

Ноосфера — граница нашего современного мировосприятия, расширившаяся до масштабов естественно-научной вселенной, но блокирующая проникновение в невидимые миры.

Ноосфера — экран, на который проецируется общекультурный художественно-научный гипертекст — поле смыслов, задача которого — репрезентовать ограничение человеческого умовосприятия.

Иными словами, ноосфера определяется как теоретический конструкт, неопределимый онтологически в рамках естественно-научного мышления. Ноосфера не предмет, который мы видим, а условие видения в природе того, что своим существованием зависит от человека.<sup>30</sup>

<sup>30</sup> См. Гиренок Ф.И. Экология. Цивилизация. Ноосфера. М., Наука, 1987.

Если уж так необходимо пользоваться термином «ноосфера», то использовать его можно как условность, а не существенность, как описание высшей формы организации, оказывающей, тем не менее, неоценимую услугу в осмыслении Невыразимого. Ноосфера отодвигает и еще раз доказывает тщетность попыток человеческого интеллекта ограничить каким-либо словесным забором то, что безгранично.

Ноосфера — всего лишь научно-поэтическое выражение идеи Космичности человеческого разума как Творения Божьего.

А центром космической сферы Разума оказывается тот, кто на нее из нее взирает, т.е. разум человеческий. Однако способ разумного видения, чтобы стать космичным в полном смысле, т.е. оказаться неограничиваемым ноосферой, должен выстроиться иконически, оставить попытки пробить головою хрустальный свод, но обратиться во-внутрь и войти в самообраз, наверняка зная, что за всеми чуждыми наслоениями и мыслесловесным мусором и грехами откроется Образ Божий.

### Вместо заключения

Приведем знаменитую параболу Ломоносова «Открылась бездна звезд полна, звездам числа нет — бездне дна» и не менее знаменитое откровение Канта «Две вещи наполняют душу всегда новым и все более сильным удивлением и благоговением, чем чаще и продолжительнее мы размышляем о них, — это звездное небо надо мной и моральный закон во мне.» Если Кант прямо связывает внутренний космос личности с внешним космосом (т.е. мораль=личность=микрокосм=физический космос=Бог), то интуиция Ломоносова точнее и тоньше укажет место звездного космоса — дно бездны, быть может и прекрасной бездны, но бездонной и холодной. Тот же пред кем она открывается (человек, личность), и есть, собственно, центр мироздания и венец творения, на котором сходятся все силовые линии тварного Космоса.

Следовательно мысленное путешествие в Космос есть путешествие не вперед, не к новому небу и новой земле, а, напротив, вспять, к ветхим состояниям природы, назад от жизни и от ее высшей формы — человеческого Разума.

**АКАДЕМИЯ МЕДИАИНДУСТРИИ** —  
единственное в отрасли государственное учреждение  
дополнительного образования.

За 40 лет существования института более 60-ти тысяч специалистов прошли переподготовку и повысили квалификацию по учебным планам и программам утвержденным Агентством по печати и массовым коммуникациям.

Обучение ведется с отрывом, с частичным отрывом и без отрыва от работы.

Диссертационный совет Д 206.002.01  
принимает к защите кандидатские  
и докторские диссертации по специальностям  
«Журналистика» (10.01.10),  
«Кино-, теле- и другие экранные искусства» (17.00.03).

Сайт Академии <http://ipk.ru>

Контакты <http://ipk.tel>



© ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии»  
© Редакционно-издательский отдел

**Калмыков А.А.**  
**Образы НОО**  
**Матрица ключевых посланий**

*Научный редактор Ю.Д. Гранин*  
*Литературный редактор Л.С. Сребницкая*  
*Компьютерная верстка Г.А. Калмыков*

Подписано к печати 18 апреля 2013 г.  
Гарнитура Гарамон.  
Печать цифровая  
Тираж: 500 экз.  
Объем — 20 ус.п.л.  
Формат — 60×84 1/16  
Заказ — № 97 РИО Академии медиаиндустрии