

---

---

# ЭТИКА, ЭСТЕТИКА

И. А. АВДЕЕВА

## МОРАЛЬ И КОММУНИКАТИВНОЕ ДЕЙСТВИЕ В ЭПОХУ ТРАНСФОРМАЦИИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРАКТИК

*В научной литературе по проблемам современного общества, безусловно, одно из центральных мест отводится вопросам глобализации как ведущей тенденции в изменении социального пространства, ее характера и трансформации всех сфер человеческой практики, связанной именно с этими процессами. Глобализация является самым ярким примером видоизменения форм социального взаимодействия. Однако те новые формы коммуникации, которыми она подкрепляется, являются скорее не порождением самой глобализации, а ее причинами, связанными с изменением роли информации и появлением новой постиндустриальной эпохи. Мораль как одна из форм освоения социальной практики является и результатом коммуникативных процессов в большей степени, чем кажется на первый взгляд. Однако не следует проводить четкую параллель между процессами построения глобальной коммуникации и созданием новой глобальной этики в контексте характера и содержания коммуникации. Информация, коммуникация и их влияние на возможные трансформации морального сознания должны рассматриваться в контексте новых социальных процессов с учетом всех его особенностей и содержательных характеристик.*

**Ключевые слова:** информация, коммуникация, этика, глобализация, коммуникативное действие, социальные практики, мораль.

*In the scientific literature on the problems of modern society, the problems of globalization as the leading trend in changing social space, its character, its nature and the transformation of all spheres of human practice related to these processes play one of the most important roles. Globalization is the most vivid example of the modification of forms of social interaction. However, the new forms of communication with which it is reinforced are, rather, not a product of globalization itself, but its causes, connected with the changing role of information and the emergence of a new post-industrial era. Morality as a form of*

*Философия и общество, № 4 2017 58–69*

*mastering social practice is also the result of communicative processes in a greater degree than it seems at first glance. However, there should not be a clear parallel between the processes of building global communication and the creation of a new global ethic in the context of the nature and content of communication. Information, communication and their influence on possible transformations of moral consciousness should be considered in the context of new social processes taking into account all its features and content characteristics.*

**Keywords:** *information, communication, ethics, globalization, communicative action, social practices, morality.*

В огромном потоке существующей на сегодняшний день литературы по проблемам изменения современного мира, безусловно, центральное место отводится вопросам глобализации как ведущей тенденции в изменении социального пространства, ее характера и трансформации всех сфер человеческой практики, связанной именно с этими процессами. Что и говорить, глобализация является самым ярким примером видоизменения форм социального взаимодействия. Однако те новые формы коммуникации, которыми она подкрепляется, являются скорее не порождением самой глобализации, а ее причинами, связанными с изменением роли информации и появлением новой постиндустриальной эпохи. Этот вопрос тоже был достаточно освещен в научной мысли начиная со второй половины XX в.

О специфике изменения социальных, культурных и политических практик, связанных с новыми реалиями, написано много. Однако проблема влияния новых социокультурных реалий на мораль как особую форму освоения действительности так и остается одной из самых сложных. Меняется ли наше моральное сознание под влиянием указанных процессов или же остаются некие инвариантные формы морали, которые особым изменениям практически не подвержены, несмотря на многочисленные прогнозы по поводу «вот-вот-появления» некой новой «глобальной» морали?

Здесь можно проследить две прогностические тенденции. Первая связана с мнением о радикальной перестройке сознания современного человека под влиянием происходящих социополитических и научно-технических процессов, которые с неизбежностью влекут этические трансформации. Вторая тенденция основана на том, что технологии развиваются, они влияют на средства коммуникации и скорость распространения информации, но сама коммуникация,

ее способы, средства, психологические особенности, роль и задачи остаются прежними на протяжении тысяч лет, поэтому мораль как продукт коммуникативного взаимодействия практически не подвержена изменениям, а остается в русле тех проблем, с которыми она всегда имела дело. Таким образом, есть вопросы, которые по-прежнему остаются в философско-этическом дискурсе: развивается ли сама коммуникация в условиях быстрого развития средств коммуникации, может ли количественный рост коммуникаций привести к качественному ее изменению и повлиять на формирование морали как результат этой коммуникации? Подобная формулировка вопроса сразу отсылает нас к определенной методологической установке о связи понятий «информация», «коммуникация» и «мораль», предопределяя рассмотрение проблемы в рамках именно коммуникативной концепции происхождения морали.

Сознание человека меняется под влиянием той информации, в потоке которой он находится. И современный человек отнюдь не уникальное порождение в этом плане. Он в определенном смысле продукт того, что видит и слышит. Много пишут о клиповости, релятивности, мозаичности сознания современного человека, автоматически перенося это на мораль в этических дискуссиях. Трудно не согласиться с тем, что информационная революция «перекроила» сознание современного человека (речь идет, конечно же, о сознании людей, так или иначе причастных к этой информационной революции, то есть живущих непосредственно в данной постиндустриальной культуре). Однако эта перестройка отнюдь не говорит о ее непосредственном революционном влиянии на все остальное. Усиление потоков информации вряд ли с неизбежностью влечет усиление коммуникации. Информация должна быть более связана с производством знания, но и это отнюдь не факт. Во-первых, функционирование и производство информации не синонимично производству знания, во-вторых, коммуникация является также необходимым условием появления знания и не тождественна информации, в-третьих, мораль более связана с коммуникацией в процессе социальных практик, нежели с информацией и ее производством в ходе различных социальных практик.

Однако же мнения на этот счет существуют весьма неоднозначные. Так, Д. В. Иванов утверждает, что в наше время создается ничуть не больше интеллектуального продукта, чем это было в другие исторические эпохи. Принципиальное различие заключает-

ся в объеме коммуникаций. Он подчеркивает, что «тиражирование (не путать с созданием) интеллектуального продукта, передача сведений о нем посредством печатных изданий, телеграфа, радио, телевидения, лекций и семинаров в рамках системы всеобщего образования, а теперь еще и сети Internet – вот что коренным образом отличает современное общество как информационное. И за словом “информация” кроется именно коммуникация, а не знание» [Иванов 2002: 35]. При этом возникает парадоксальная ситуация, когда более информированным человеком становится не тот, кто больше знает, а тот, кто участвует в большем числе коммуникаций. Более того, Д. В. Иванов заявляет, что «огромная техническая, экономическая, политическая, культурная роль информации объясняется именно тем, что она не содержательна (“знание”) и не предметна (“продукт”). Информация операциональна. Информация служит обоснованием/оправданием действий. Поэтому она столь необходима современному человеку, ценна для него, воздействует на него. Поэтому в современном обществе информация – это идол» [Там же]. Как представляется, Иванов вполне прав, когда разделяет собственно знание и информацию, но ошибается, отождествляя информацию и коммуникацию, хотя соблазн установить связь между спецификой функционирования информации и специфической моралью информационного общества здесь очевиден, а процесс освоения и определенной обработки этой информации в сознании субъекта и практике общества остается за кадром.

В результате получается то, что А. Гор называет превращением информации в эксформацию, которая существует сама по себе, вне человеческого мозга и независимо от него [Гор 2001], вызывая кризисные явления в различных областях человеческой деятельности и заставляя искать дополнительные смыслы в мрачных прогнозах Ж. Бодрийера о том, что массы «производят не различия, а неразличность, требующему критической оценки сообщению они предпочитают погружающий в гипноз медиум. Гипнотическое состояние свободно от смысла, и оно развивается по мере того, как смысл остывает. Оно имеет место там, где царствуют медиум, идол и симулякр, а не сообщение, идея и истина» [Бодрийер 2000: 43]. В этой связи информация без коммуникации для формирования моральных смыслов абсолютно бесполезна, а подчас и разрушительна, хотя и не настолько, чтобы уничтожить мораль как особый способ освоения действительности в поиске и конструировании

смыслов человеческой деятельности и оправдании ее результатов. Это происходит только в процессе коммуникации через «Я» и «Другой», что бы ни понималось под последним (второе «Я», «свой» или «чужой», «мы» или «они» и т. д.). Более того, способно ли «Я» в силу определенных особенностей в одиночку проектировать смыслы? И насколько безграничны возможности человека в этом процессе?

Производится ли «знание» или же просто «информация», в любом случае объем «конечной продукции» представляется гигантским. И весь этот объем упирается в способность человека: а) принять; б) понять; в) обработать; д) выработать решение; е) реализовать это решение. А изменение этой способности довольно слабо соотносится с изменениями объемов знания (информации): несмотря на то, что, по мнению ряда исследователей, общий интеллектуальный уровень последующих поколений растет (так называемый эффект Флинна) [Flynn 1987: 171–191; 1999: 5–20], наличие достаточно постоянных пределов человеческого мозга считается общепринятым [см., например: Miller 1956: 81–97; Cowan 2001: 87–185; Klingberg 2000: 95–102]. Вдобавок к этому информация сама накладывается на уже существующую смысловую матрицу, сформированную в процессе социализации под явным или неявным вниманием уже сложившихся устойчивых образцов, паттернов, диспозитивов и проч.

Экспериментально установлено, что мозг человека в состоянии воспринимать и точно обрабатывать информацию со скоростью не более 25 бит в секунду. При такой скорости усвоения данных в течение жизни человек может прочесть не более трех тысяч книг с учетом того, что будет ежедневно воспринимать по 50 страниц текста [Еляков 2005: 118]. «Естественное» препятствие не только делает невостребованным большую часть произведенного (и производимого перманентно) информационного продукта, но и дезориентирует мозг, в лучшем случае заставляя его принимать инстинктивные решения, а в худшем – вводя «в ступор». Эта ситуация породила в психиатрии термины «дефицит внимания» и «гиперактивность», изучение которых привело к выделению нового заболевания – синдрома дефицита внимания и гиперактивности. Растущий объем информации привел к возникновению понятия информационной перегрузки: перегруженный мозг теряет способность делать выбор и принимать решения. Как отметил Э. Тофф-

флер, «когда индивид окунулся в быстро и хаотично меняющуюся ситуацию или в напичканную новостями среду, точность его предвидения стремительно падает. Он не может больше делать разумные корректирующие оценки, от которых и зависит рациональное поведение» [Гоффлер 2002: 382]. Иллюстративным примером остроты указанной проблемы можно считать, на наш взгляд, тот факт, что Нобелевские премии в области экономики в последние пару десятилетий получили авторы, занимающиеся в том числе разработками в области теории социального выбора и управления данным выбором в условиях информационной неопределенности и иррациональности этого выбора под действием не просчитываемых до конца факторов. Это заставляет совершенно по-иному взглянуть на то, как информация вообще способна повлиять на моральное сознание, давая подчас совершенно обратный эффект, отчуждая реальность от действительности, требующей действия, а не зрителя, не способного сделать выбор вообще, не говоря уже о каком-либо свободном выборе.

Однако же и коммуникация ограничена в быстром производстве новых смыслов и ориентируется на уже выработанные и проверенные практикой ценностные поля, нормативность и образцы как способы ориентации в меняющемся мире. В коммуникации есть границы не только психологические, но прежде всего культурные. Мораль выступает как продукт определенных видов коммуникации, в которой есть как подверженное изменению историческое содержание (классовая мораль, мораль различных страт и субкультур, профессиональная мораль и т. п.), так и устойчивые константы, определяющие возможности самой коммуникации (общая нормативность, свойственная большинству культур).

Считается, что в социальном пространстве одновременно существуют три вида пространств: 1) *перцептуальное* как субъективное отражение физического пространства; 2) *концептуализированное* пространство как определенные версии пространства, созданные его акторами; 3) *проживаемое*, или пространство репрезентации образов, комплексных символических систем, оно же и пространство сопротивления гегемонии со стороны концептуализированного пространства.

Информация обеспечивает базу для формирования всех трех составляющих, коммуникация обеспечивает построение всех трех, яв-

ляясь исходным фактором и одновременно завершающим моментом социальной организации.

Человек ограничен в своем социальном пространстве. Однако благодаря глобализации и развитию технических средств он практически не ограничен в коммуникации. Пределы ее устанавливает лишь сам индивид. И подвинуть границы и рамки социального (что мы непосредственно видим, когда говорим о каких-либо изменениях морального сознания) возможно лишь за счет расширения коммуникации, поскольку новые информационно-технические возможности вряд ли способны принести сами по себе качественное изменение видения мира и освоение им действительности в новом содержании. Более того, остается под большим вопросом создание этого нового содержания, поскольку глобальная коммуникация также неоднозначна и подчас противоречива: с одной стороны, глобализация как социальный процесс усиливает процессы коммуникации, создавая базу для коммуникативного действия, с другой – усиливает мультикультурные основания коммуникации, когда каждая из взаимодействующих сторон приносит собственные установки и принципы, отстаивая их подчас в непримиримой борьбе. Поэтому нельзя однозначно определить, что социальные практики детерминируют коммуникацию, как нельзя однозначно сказать, что коммуникация определяет социальное пространство и формы его освоения. Этот процесс представляется как двусторонний и взаимозависимый. Однако же возможно утверждать, что мораль формируется в системе подобных взаимовлияний и взаимосвязей.

Определяя характер и роль коммуникации в процессе формирования морали, следует обратиться в том числе к концепции Н. Лумана, который определяет коммуникацию как фундаментальную основу общества, предположив, что «элементарный процесс, конституирующий социальное как особую реальность, есть процесс коммуникации» [Луман 2007: 195]. При этом коммуникация понимается «как синтез трех отборов, как единство информации, сообщения и понимания» и представляет собой «самореферентный процесс» [Там же]. В целом же коммуникация рассматривается как независимая форма социального взаимодействия: «Понятие социального действия не позволяет дать корректное понятие общества, так как действие соотносится с несоциальными величинами – субъектом, индивидом, живым телом, то есть местом в пространстве. Понятие коммуникации, напротив, позволяет представить социаль-

ную систему как оперативно закрытую, аутопойэтическую систему, элементы которой – коммуникации воспроизводят себя посредством сети этих элементов – сети коммуникаций» [Луман 2007: 195]. Воззрение на общество как на аутопойэтическую систему коммуникаций, операциями воспроизводства которой являются коммуникации, делает понятие коммуникации решающим для определения понятия общества, любого общественного продукта и результатов социальных практик. При этом вид и основные характеристики коммуникации определяются как свойствами системы, так и множеством случайных факторов, имеющих место в информационном обществе. Поэтому не только представляется невозможным рассматривать коммуникацию с позиций должного, но и собственно консенсус являет собой лишь идеальную модель, схему, которая не отражает реальные процессы коммуникации. Мораль, таким образом, является продуктом скорее коммуникации, чем социальности самой по себе. Однако в отличие от коммуникации считать мораль аутопойэтической системой вряд ли возможно.

Процесс глобализации мирового сообщества понимается Н. Луманом как становление полицентричного, поликонцептуального (благодаря многообразию культур) сообщества, в котором взаимодействуют друг с другом различные политические, этнические, религиозные, социокультурные идентичности индивидов и групп. Мораль в этом плане предстает тем, что, с одной стороны, отражает специфику всех названных идентичностей, а с другой – содержит нечто особенное, что объединяет все названные идентичности в поле ценностей более общего плана – в едином нормативном поле.

Дж. Дьюи в книге «Демократия и образование» говорит о том, что «люди живут в сообществе благодаря тому общему, что есть между ними, а общение – тот способ, благодаря которому они обретают это общее... Общение, которое обеспечивает соучастие в общем миро-восприятии, и есть то, что создает сходные эмоциональные и интеллектуальные установки – сходные способы реакции на ожидания и требования социальной среды. Отдельные люди не образуют общества, находясь рядом друг с другом чисто пространственно, равно как человек не перестает испытывать влияния общества, удалившись на сколько-то футов или миль от других людей. Книга или письмо могут создать более тесную связь между людьми, разделенными огромным расстоянием, чем та, что порой существует между живущими под одной крышей» [Дьюи 2000: 165].

Особое мнение по поводу влияния информации и новых форм коммуникации на социальные практики и формы освоения действительности (в том числе и на мораль) можно встретить у М. Кастельса, определявшего социум как обладающий «специфической формой социальной организации, в которой благодаря новым технологическим условиям, возникающим в данный исторический период, генерирование, обработка и передача информации стали фундаментальными источниками производительности и власти» [Кастельс 2000: 42]. Он предполагает, что основой новой формы коммуникационной организации общества станет «сетевая логика». При этом сетевым оно становится потому, что создано сетями производства, власти и опыта, которые образуют культуру виртуальности в глобальных потоках, пересекающих время и пространство, хотя и не все социальные измерения и институты следуют логике сетевого общества, подобно тому как индустриальные общества в течение долгого времени включали многочисленные предындустриальные формы человеческого существования. При этом сами сети представляют собой открытые структуры, которые могут неограниченно расширяться путем включения новых узлов, если те способны к коммуникации в рамках данной сети, то есть используют аналогичные коммуникационные коды (например, ценности или производственные задачи), а их характеристиками являются открытость, децентрализованность, саморазвитие, преобладание горизонтальных связей и автономность включенных в них узлов.

Сети, по мнению М. Кастельса, трансформируют модели социальности в обществе, пересматривая содержание его понятия, преодолевая его пространственное, ценностное и организационное основания. Сообщества начинают определяться как «сети межличностных связей, обеспечивающие социальное взаимодействие, поддержку, информацию, чувство принадлежности к группе и социальную идентичность».

Возможно, сетевая организация действительно является особой формой организации, отличной от традиционной социальной, но на протяжении всего исторического времени социальное пространство постоянно трансформировалось в поиске новых путей своего развития, расширялись его границы, культурные особенности. Но так ли изменилась сама коммуникация в нем и ее характер? Расширение коммуникации, безусловно, привело к изменению структуры, но содержательные принципы самой коммуникации более консер-

вативны, чем ее формы, по-прежнему заставляя нас видеть мир через призму бинарных оппозиций («Я» и «другой», «свой» и «чужой», «ценное» и «антиценное», «добро» и «зло» и т. д.). Ничего нового в этих процессах, чего не было бы раньше в конструировании социальной реальности под действием различных факторов, в общем-то, нет. Развиваются социальная практика, общество, но развивается ли мораль? Безусловно, развитие форм освоения действительности влияет на наши представления о морали, как, например, это происходит под влиянием естественных наук. Но что в этом развитии является определяющим?

Как уже отмечалось выше, мораль есть продукт коммуникации, а точнее, в основе формирования морального сознания лежит коммуникативное действие (как особая практика). Ю. Хабермас, говоря о коммуникативном действии, отделял его от трех других типов идеального социального действия – стратегического, нормативного и драматургического. Коммуникативное действие охватывает все виды интеракций, которые осуществляются совместно и согласованно с другими людьми. При этом «совместно» и «согласованно» суть ключевые характеристики самого коммуникативного действия: «Я говорю о коммуникативных действиях, если планы действия акторов координируются не посредством эгоцентрической калькуляции успеха, а через акты взаимопонимания. В коммуникативном действии участники не являются первично ориентированными на собственный успех; они преследуют свои индивидуальные цели при том условии, что они могут согласовать друг с другом свои планы действия на основе общих определений ситуации. В этом смысле согласование определений ситуации является существенной составной частью необходимых для осуществления коммуникативного действия интерпретаций» [Хабермас 2001: 305]. Коммуникация индивидов осуществляется в пространстве «жизненного мира», который определяется как нетематизированный горизонт значений, составляющий основание жизненного опыта индивида. Внешние воздействия соотносятся с этим основанием, противопоставляются ему, сравниваются по отношению к нему. Согласие как атрибут коммуникативного действия обеспечивает становление общепринятой морали, которая по своему непосредственному и первоначальному назначению должна была служить гарантом социальной стабильности и понимания.

Саму глобализацию Ю. Хабермас оценивал в целом неоднозначно, отмечая, что, с одной стороны, она ослабила роль национальных государств, вернула на мировую арену ранее решенные социальные проблемы, но с другой – формируются перспективы возникновения глобального гражданского общества, в основе которого лежит космополитическая солидарность. Предполагается, что это и есть исторический итог коммуникативного действия и его результата – принципов новой морали. При этом Хабермас отдельно подчеркивает, что возникновение некоего глобального государства вряд ли возможно, если учесть самостоятельность, своеволие и своеобразие государств, прежде бывших суверенными. Общество риска как главную причину космополитического объединения и солидарности в данном случае можно считать итогом определенной социальной практики, но условием возникновения новой этики на основе понимания происходящих процессов должны стать коммуникация (дискурс) по этому поводу и ее неизбежный результат.

Отсюда можно сделать вывод о том, что если новая социальная реальность, возникающая под влиянием процессов глобализации и новых информационных технологий, и приведет когда-либо к формированию «новой» морали глобального мира, то только тогда, когда глобальная коммуникация действительно станет осуществима в рамках единого дискурса. Пока об этом говорить преждевременно. Анализируя отношение к глобализации разных авторов, можно только согласиться с С. А. Павловым, выделяющим два самых общих типа схем, используемых для ее осмысления: 1) мир как гомогенизирующаяся и универсализующая среда; 2) мир как фундаментально гетерогенная структура, порождающая разделения и противостояния различного рода.

Расширение социальной практики, ее форм подталкивает к мысли о том, что изменения социальной практики изменят и формы социального взаимодействия, а необходимость дальнейшей коммуникации повлечет изменение ее результатов через трансформацию принципов различных форм освоения действительности и их нормативного содержания. Однако более глубокие и устойчивые структуры как сознания, так и мировоззрения остаются прежними. Это обеспечивает скорее основания мультикультурализма, нежели «глобальной» этики. Глобализация отражает характер расширения коммуникации, ее масштабов. Однако содержательная

гетерогенность культуры отнюдь не обещает этой глобализации близко- или дальнесрочной унификации и перспектив успешности глобального коммуникативного действия.

### *Литература*

Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или Конец социального. Екатеринбург : Изд-во Уральского ун-та, 2000.

Дьюи Дж. Демократия и образование. М. : Педагогика-Пресс, 2000.

Еляков А. Д. Информационная перегрузка людей // Социологические исследования. 2005. № 5. С. 114–121.

Иванов Д. В. Виртуализация общества. Версия 2.0. СПб. : Изд-во СПбГУ, 2002.

Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М. : ГУ ВШЭ, 2000.

Луман Н. Социальные системы. Очерк общей теории. СПб. : Наука, 2007.

Тоффлер Э. Шок будущего. М. : АСТ, 2002.

Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб. : Наука, 2001.

Cowan N. The Magical Number 4 in Short-term Memory: A Reconsideration of Mental Storage Capacity // Behavioral and Brain Sciences. 2001. Vol. 24. Pp. 87–185.

Flynn J. Massive Gains in 14 Nations: What IQ Tests Really Measure // Psychological Bulletin. 1987. Vol. 101. Pp. 171–191.

Flynn J. Searching for Justice – The Discovery of IQ Gains over Time // American Psychologist. 1999. Vol. 54. Pp. 5–20.

Hallowell E. Overloaded Circuits: Why Smart People Underperform // Harvard Business Review. 2005. January 01.

Klingberg T. Limitations in Information Processing in the Human Brain: Neuroimaging of Dual Task Performance and Working Memory Tasks // Progress in Brain Research. 2000. Vol. 126. Pp. 95–102.

Miller G. A. The Magical Number Seven, Plus-or-minus Two or Some Limits on Our Capacity for Processing Information // Psychological Review. 1956. Vol. 63. Pp. 81–97.