

# РАЗДЕЛ II. СОЦИАЛЬНАЯ ФИЛОСОФИЯ

---

УДК 316.65

DOI: 10.18384/2310-7227-2017-3-22-30

## ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО СОЗНАНИЯ КАК ОТКРЫТОЙ СИСТЕМЫ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

**Ильченко Д.А.**

*Московский государственный областной университет  
105005, г. Москва, ул. Радио, д. 10А, Российская Федерация*

**Аннотация.** Открытое общественное сознание в плане устойчивости обеспечено существованием положительных обратных связей и ранее заданным направлением, так называемым вектором развития общественного сознания. В настоящей статье общественное сознание как открытая система рассмотрено через его устойчивость. В этом случае для общественного сознания характерны непрерывность, возможности в процессе развития всегда возвращаться в своё начальное состояние в фазовом пространстве и мало отклоняться от определённого состояния при малых изменениях. Автор делает вывод, что в целях плодотворной деятельности средств массовой коммуникации и межличностного общения необходимо изучать соотношение информированности с действительной жизнью общества на теоретическом уровне.

**Ключевые слова:** общественное сознание, политическая система, анализ, социальная реальность, государственное управление.

## FACTORS OF FORMING SOCIAL CONSCIOUSNESS AS AN OPEN SYSTEM IN CONTEMPORARY RUSSIA

**D. Ilchenko**

*Moscow Region State University  
10A, Radio st., Moscow, 105005, Russian Federation*

**Abstract.** Open public consciousness as a sustainable social consciousness should be provided with positive feedback and a set direction of social development, the so-called vector of development of social consciousness. In this paper, we consider the public consciousness as an open system through its stability. In this case the public consciousness is characteristic of

continuity, regular opportunity to return to its initial state in the phase space during the development, and little to deviate from a certain state at small changes. The author concludes that for the purposes of the fruitful activity of the mass media and interpersonal communication it is necessary to study in theory the ratio of information awareness and society's real life.

**Key words:** public consciousness, political system, analysis, social reality, public administration.

Факторами формирования общественного сознания как открытой системы в России в эпоху глобализации являются средства массовой коммуникации, в том числе Интернет, а также межличностное общение, границы между которыми трансформируются и стираются благодаря техническим средствам коммуникации. Изменился характер средств массовой коммуникации и межличностного общения.

Межличностное общение становится менее актуальным, заменяясь техническими возможностями средств массовой коммуникации. Это явление современности вызывает переосмысление значимости межличностного общения в качестве условия прямого контакта в общении. Это обстоятельство требует дальнейшего полного изучения современного межличностного общения. «Индивидуальный» характер коммуникатора и его «приватная индивидуальность» в межличностном общении становятся в том числе и свойствами массовой коммуникации благодаря средствам интеграции.

Массовой коммуникации современности становятся свойственными характеристики межличностного общения. Такие черты, как свобода в отношении принятых правил общения, индивидуально-личностные установки общения, спонтанность общения, приватность и универсальность, социальная и индивидуальная активность, непосредственное восприятие, становятся характерными для всех

видов общения. Преобладание двухступенчатого характера восприятия сообщения, массовость, «публичная индивидуальность», необязательность или отсутствие непосредственной обратной связи, однонаправленность информации и фиксированность коммуникативных ролей – свойства, некогда характерные для массовой коммуникации, становятся характеристиками и межличностного общения. Неслучайно современная философия вновь стала обращаться к теме интерсубъективности как отражения происходящих в современных коммуникативных реалиях перемен.

Интерсубъективность так же, как и современная коммуникация как таковая, начала приобретать элементы открытости. Сохраняя социальность и межличностность одновременно, массовая коммуникация и межличностное общение взаимопересекаются и взаимообогащаются [7].

Сегодня массовой коммуникации подвластна не только эта реальность, но ею создан новый мир, мир Интернета, который предстаёт в качестве искусственного, базирующегося на искусственных компьютерных возможностях. Это мир несуществующей реальности, потенциал которой оказался настолько многогранен, что создаёт возможность объединять достижения и успехи целого человечества. Здесь любой может преобразовать виртуальный мир по своему усмотрению. В этом виртуальном мире человек выступает

в качестве и творца, и разрушителя, имеющего практически безграничные возможности. Такая безраздельность и бесконтрольность могут привести пользователей Интернета к осуществлению агрессии также и в реально существующем мире. Здесь насилие имеет потенциальную возможность принять патологические виды.

Отражение информации в средствах массовой коммуникации реальной действительности происходит одновременно субъективно и объективно [8]. Межличностное общение и массовая коммуникация в формировании общественного сознания являются общественными категориями ценностей и правил, закладываемых в основу социальных институтов государства и мира.

Коммуникация имеет множество определений. Это понятие означает феномен, находящийся в центре изучения процессов, происходящих в сфере естественных и гуманитарных, в том числе социальных наук. Посредством коммуникации происходит интеграция этих процессов через сообщения. Международная энциклопедия коммуникации [15] именно так и определяет этот термин. Объясняя причины интеграции в теории коммуникации, составители энциклопедии восходят к предположению о том, что основными проблемами современной коммуникации и происходящей коммуникативной революции, а также и наук, их изучающих, являются вопросы, сформировавшиеся ещё в глубокой древности. Информативно-системные связи, выступающие основой социализации человечества, включают производство, хранение, историческую передачу ценностей.

Немецкий философ Ю. Хабермас определяет коммуникацию как истинную, личностно освоенную социальность [12]. Однако коммуникация становится такой в процессе обеспечения людей совершенно свободным и беспристрастным обсуждением высших ценностей, требующих постоянных обсуждений, с одной стороны, но исторически меняющихся, с другой. Теорию познания как концепцию, сформировавшуюся на основе ряда положений К. Ясперса [14, с. 36; 77], Хабермас определяет как коммуникацию или как коммуникативный процесс [12].

Американский социолог Ч. Кули толковывал коммуникацию как механизм для реализации и развития всех разнообразных человеческих взаимосвязей, символов и образов, заключенных в разуме, средств, обеспечивающих передачу этих символов и образов в пространстве и их хранение [11, с. 210].

Широко проблемы коммуникации рассматривают как отечественные, так и зарубежные исследователи. В работах Л.М. Земляновой [6], Г. Почепцова [10] и других даются определения коммуникации не только как взаимообмена информацией, а много шире, опираясь на современные реалии. В работах В.М. Березина [2] можно найти статистические выкладки по проблемам коммуникации. По мнению этих авторов, в нашей стране взлёт социологии массовой коммуникации отмечался в 20-е гг. XX в. Лишь в 1924 г. вышли в свет около 200 научных трудов по воздействию книги на массовую аудиторию. До Великой Отечественной войны были опубликованы около 50 работ, посвящённых

социологии кино. В реферативных сборниках ИНИОН АН СССР «СМИ и пропаганды. Советская литература 1978–1980» термин «коммуникация» использовался в 7 работах из общего числа в 234 наименования. Классическому марксизму было не свойственно обращаться к теме средств массовой коммуникации. Это отношение сохранилось и в советских общественных научных кругах.

В конце Второй мировой войны в США Т. Адорно и М. Хоркхаймер в книге «Диалектика просвещения» сформировали концепции современной социологии средств массовой коммуникации. На основе анализа особенностей марксистской теории о социальных революциях они ввели понятие «индустрия культуры». Авторы книги обнаружили типологическую общность массы в качестве пассивного и вполне лояльного продукта общественного политического устройства «позднего капитализма» [13].

Широко к проблемам массовой коммуникации, воздействия СМИ на аудиторию стали обращаться в нашей стране лишь в конце 80-х гг. XX в. Работам того времени свойственно обращение к новым культурно-политическим и научно-техническим реалиям.

В настоящее время проблемам коммуникации в науке уделяется пристальное внимание. Межличностное общение и массовая коммуникация прочно заняли место среди постоянных научных объектов исследования в гуманитарных науках. Без исследовательского опыта познания этих предметов довольно сложно проводить анализ и по проблемам в прикладных науках. Поэтому весьма полезно для развития социальных наук и в изуче-

нии межличностного общения и массовой коммуникации уметь строить теоретические модели коммуникации. Наибольшее представление о подходах, методах, приёмах и элементах, используемых на практике массовой коммуникации, можно получить на следующих моделях: семиотической, архетипической и мифологической.

Одна из моделей массовой коммуникации – математическая модель К. Шеннона и У. Уивера [4, с. 100–103] (рис. 1), другая модель массовой коммуникации – кибернетическая модель Н. Винера [3].

По модели К. Шеннона у коммуникации три уровня: технический, семантический, уровень эффективности.

Благодаря техническому уровню коммуникации можно определить правильность, правдивость передачи сообщения от отправителя к адресату. По семантическому уровню можно определить уровень интерпретации сообщения адресантами в дальнейшем сопоставились с начальным значением. Третий уровень эффективности даёт результаты изменения поведения получателя по переданному (полученному) сообщению.

Проведём анализ моделей коммуникации Н. Винера, С. Бира, Г. Лассалуэлла [3] и некоторых других учёных-политологов. Кибернетическая модель Н. Винера даёт понятие обратной связи. Это самый важный компонент модели. По аналогии закона Ле Шателье в технических системах информационному потоку, поступающему назад в область центра управления, противодействует отклонение управляемых значений от управляющих. Здесь Винер рассматривает проблемы функционирования общественной информа-

ции. Если активный информационный обмен между членами общества отсутствует, информация в необщественных группах животных не растёт. И, наоборот, в случае активного обмена

информацией (эффективной социальной организацией) групповая информация возрастает, её больше, чем информации для каждого члена группы.

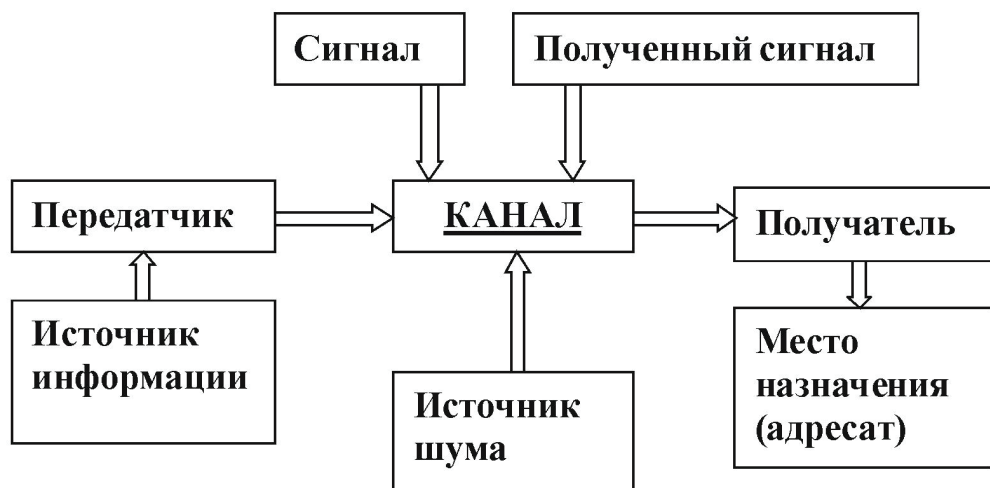


Рис. 1. Модель К. Шеннона

Идея К. Шеннона была развита в трудах С. Бира. Он даёт определение понятию обратной связи, согласно которому обратной связью можно назвать возвращение доли информации, выходящей на уровне входа. А значит, информации как входная, так и выходная изменяются.

Выделяются две разновидности обратной связи:

- 1) положительная;
- 2) отрицательная.

Положительная обратная связь характеризуется увеличением уровня сигнала на конце, на последней точке выхода, а значит, в самом начале, на входе для другой информации; обратная отрицательная связь, если увеличивать сигнал на выходе, уменьшает сигнал на самом входе, и таким образом стабилизируется состояние всей системы [3].

Стандартная модель массовой коммуникации с её элементами представлена на рис. 2.



Рис. 2. Модель массовой коммуникации

Представитель школы структурного функционализма Г. Лассауэлл, один из родоначальников социологического течения в теории массовой коммуникации, рассматривает информационные связи как неотъемлемые и всеобщие атрибуты жизненной субстанции. Исследования социальных структур выявили, что для них характерны свои собственные специфические, в том числе идеологические, качества, способствующие сохранности духовных ценностей наряду с социальными институтами с их идеологическим обеспечением.

По теории Лассауэлла, выделяются три основные функции социально-коммуникативного воздействия:

- а) контроль за средой;
- б) анализ и корректирование всех элементов общества в целях его развития и сохранности;
- в) транслирование общественного наследия [6].

По мнению Г. Лассауэлла, «в демократических обществах рациональные выборы ценностей зависят от просвещенности, которая, в свою очередь, зависит от коммуникаций, но особенно от равноценности внимания к ним среди лидеров, экспертов и массы рядовых людей» [9].

По Э. Багирову, согласно его схеме прикладной модели коммуникации, основными компонентами являются: адресат, суть сообщения или информации, каналы информации, получатель и психологические приоритеты получателя [3].

В этой схеме конечная и главная цель коммуникации – «эффект». Это основное отличие от модели Шеннона–Уивера. Согласно тезису Винера, «анализ одного процесса может привести к выводам, имеющим значение для исследования другого процесса» [3].

В целях последующего анализа понятий и позиций массовой коммуникации и кибернетики можно воспользоваться методом изучения политических процессов, который был предложен российским учёным М.Н. Грачёвым [5]. В качестве первоочередной точки исследования он использует понятие действующего элемента, которым может быть любой объект окружающего мира. Этот действующий элемент сам является зависимым от остальных объектов и, таким образом, влияет на них. Из этих объектов состоит окружающая среда. В работах Грачёва отмечено, что относительно мира политики действующие элементы – это субъекты политики, такие как каждый человек в отдельности, социально-политические группы и институты, в отношении которых общество в целом является окружающей социальной средой.

Модель социально-политической системы общества и идеологии показана на рис. 3.

Получение и отражение сообщений из внешней среды и результат этих процессов, которые рассмотрены в диалектической целостности, определяют с точки зрения кибернетики объём понятия «коммуникация». С этой точки зрения информация может быть охарактеризована как кибернетическая категория, обозначающая содержание коммуникации. «Входная» информация, поступающая к действующему элементу, составляет содержание сообщения. Информация, которая изменяет состояние действующего элемента, является содержанием отражения поступившего сообщения. Это и есть содержание отражения частью «входной» информации [5].

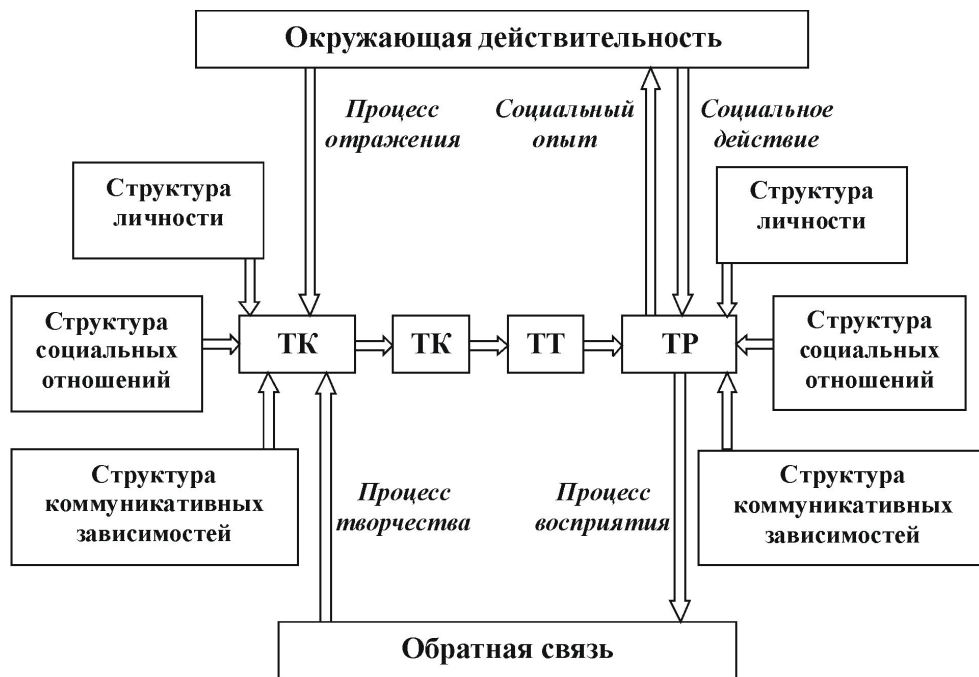


Рис. 3. Социально-политическая система и идеология

ТК – телевизионный коммуникатор, ТП – телевизионная программа, ТТ – телевизионная техника, ТР – телевизионный реципиент

Обратная связь, или двусторонний информационный обмен представляет собой взаимообмен входных и выходных сигналов. Обратная связь имеет исключительно важное значение в управлении и особенно в сфере политики.

По мнению Э. Багирова [1], необходимо иметь в виду два вида обратной связи:

- психологическая обратная связь, указывающая на восприятие общения: как оно усвоено;
- социальная обратная связь, обнаруживающая себя в качестве результата происходящих в сознании изменений, а также в изменении поведения аудитории.

С помощью прикладных моделей коммуникации можно выявить:

1) пути потоков информации в обществе;

2) факторы, которые влияют на них.

С помощью этих определений можно выделить формы, функции и направления массовой коммуникации.

В целях плодотворной деятельности средств массовой коммуникации и межличностного общения как основных факторов создания и развития общественного сознания как открытой системы в современной России во всей многоаспектности общественных отношений и связей необходимо изучать соотношение информированности и действительной жизни общества на теоретическом уровне. Когда изменяется объект отражения, меняются и характер отражения, и содержание объекта. Это меняет качество связей, возникающих между действительностью, средствами массовой коммуникации и межличностным общением.



## ЛИТЕРАТУРА

1. Багиров Э.Г. Очерки теории телевидения. М.: Искусство, 1978. 151 с.
2. Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. М.: РИП-Холдинг, 2003. 174 с.
3. Бир С. Мозг фирмы / пер. с англ. М.М.Лопухина. М.: Радио и связь, 1993. 415 с.
4. Гавра Д. Основы теории коммуникации: учеб. пособие. СПб.: Питер, 2011. 288 с.
5. Грачев М.Н. Политическая коммуникация // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 1999. № 1. С. 24–39.
6. Землянова Л.М. Современная американская коммуникативистика. Теоретические концепции, проблемы, прогнозы. М.: Издательство Московского университета, 1995. 271 с.
7. Интерсубъективность в науке и философии / отв. ред. Н.М. Смирнова. М.: Канон+, 2014. 416 с.
8. Майкова В.П. Массовая коммуникация и межличностное общение в формировании общественного сознания // Вестник Московского государственного университета леса – Лесной вестник. 2011. № 3. С. 199–202.
9. Панарин И.Н. СМИ, пропаганда и информационные войны [Электронный ресурс] // История пропаганды: [сайт]. URL: [http://propagandahistory.ru/books/Igor-Panarin\\_SMI--propaganda-i-informatsionnye-voyny/36](http://propagandahistory.ru/books/Igor-Panarin_SMI--propaganda-i-informatsionnye-voyny/36) (дата обращения: 28.09.2017).
10. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. М.: Рефл-бук, Киев: Ваклер. 2001. 656 с.
11. Терин В., Шихирев П. Массовая коммуникация как объект социологического анализа // Массовая культура: иллюзии и действительность. М., 1975. С. 208–232.
12. Хабермас Ю. Современная западная теоретическая социология: реферативный сборник. Вып. I. М.: ИНИОН РАН, 1992. 135 с.
13. Хоркхаймер М., Адорно Т.В. Диалектика просвещения. Философские фрагменты / пер. с нем. М. Кузнецова. М., СПб.: Медиа: Ювента, 1997. 312 с.
14. Ясперс К. Идея университета / пер. с нем. Т.В. Тягуновой, ред. пер. О.Н. Шпарага; под общ. ред. М.А. Гусаковского. Минск: БГУ, 2006. 159 с.
15. Gerbner G., Schramm W. *Communications, Studies of* // *International Encyclopedia of Communications*. Vol. 1. N.Y., Oxford, 1989. P. 358.

## REFERENCES

1. Bagirov E.G. *Ocherki teorii televideniya* [Essays on the theory of television]. Moscow, Art Publ., 1978. 151 p.
2. Berezin V.M. *Massovaya kommunikatsiya: sushchnost', kanaly, deystviya* [Mass communication: the nature, channels, actions]. Moscow, RIP-Kholding Publ., 2003. 174 p.
3. Beer A.S. *Mozg firmy* [The brain of the company]. Moscow, Radio and communication Publ., 1993. 415 p.
4. Gavra D. *Osnovy teorii kommunikatsii* [The basics of communication theory]. St. Petersburg, Piter Publ., 2011. 288 p.
5. Grachev M.N. [Political communication]. In: *Vestnik Rossiiskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Politologiya* [RUDN Journal of Politics], 1999, no. 1, pp. 24–39.
6. Zemlyanova L.M. *Modern American communication. Theoretical concepts, problems, forecasts* [Modern American communication studies. Theoretical concepts, problems, predictions]. Moscow, Publishing house of Moscow University Publ., 1995. 271 p.
7. Smirnova N.M., ed. *Intersub'yektivnost' v nauke i filosofii* [Inter-subjectivity in science and philosophy]. Moscow, Kanon+ Publ., 2014. 416 p.
8. Maikova V.P. [Mass communication and interpersonal communication in shaping public consciousness]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta lesa – Lesnoi vestnik* [Bulletin of the Moscow State Forest University – Forest Bulletin], 2011, no. 3, pp. 199–202.



9. Panarin I.N. [Media, propaganda and information warfare]. In: *Istoriya propagandy* [History of propaganda]. Available at: [http://propagandahistory.ru/books/Igor-Panarin\\_SMI--propaganda-i-informatsionnye-voyny/36](http://propagandahistory.ru/books/Igor-Panarin_SMI--propaganda-i-informatsionnye-voyny/36) (accessed: 28.09.2017).
  10. Pochepstov G.G. *Teoriya kommunikatsi* [Communication theory]. Moscow, Refl-book, Kiev, Vakler Publ., 2001. 656 p.
  11. Terin V., Shikhirev P. [Mass communication as an object of sociological analysis]. In: *Massovaya kul'tura: illyuzii i deistvitel'nost'* [Mass culture: illusions and reality]. Moscow, 1975. pp. 208–232
  12. Habermas J. *Sovremennaya zapadnaya teoreticheskaya sotsiologiya. Vyp. I.* [Modern Western theoretical sociology. No. I]. Moscow, INION RAS Publ., 1992. 135 p.
  13. Horkheimer M., Adorno T.V. *Dialektika prosveshcheniya. Filosofskiye fragmenty* [The dialectic of enlightenment. Philosophical fragments]. Moscow, St. Petersburg, Media Publ., Yuventa Publ., 1997. 312 p.
  14. Jaspers K.T. *Ideya universiteta* [The idea of a University]. Minsk, BSU Publ., 2006. 159 p.
  15. Gerbner G, Schramm W. *Commukations, Studi of.* In: *International Encyclopedia of Communications*. Vol. 1. N.Y., Oxford, 1989. P. 358.
- 

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Ильченко Дмитрий Александрович – аспирант кафедры философии Московского государственного областного университета;  
e-mail: ida052015@gmail.com

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Dmitrii A. Ilchenko – postgraduate student at the Department of Philosophy, Moscow Region State University;  
e-mail: ida052015@gmail.com

---

#### ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Ильченко Д.А. Факторы формирования общественного сознания как открытой системы в современной России // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Философские науки. 2017. № 3. С. 22-30.  
DOI: 10.18384/2310-7227-2017-3-22-30

#### CORRECT REFERENCE TO ARTICLE

Ilchenko D.A. Factors of Forming Social Consciousness as an Open System in Contemporary Russia. In: *Bulletin of Moscow Region State University. Series: Philosophy*, 2017, no. 3, pp. 22-30.  
DOI: 10.18384/2310-7227-2017-3-22-30