

Секция «Философия. Культурология. Религиоведение»

Социальная коммуникация как основа формирования наций и национализма в работах Карла Дойча

Лях Кристина Игоревна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Философский факультет, Москва, Россия

E-mail: christina_lyakh@mail.ru

Карл Вольфганг Дойч, немецкий мыслитель чешского происхождения, эмигрировавший перед началом Второй мировой войны в США, наиболее известен в отечественной политической науке как автор информационно-кибернетической модели политической системы, ставшей одной из ключевых в объяснении системного функционирования общества и государства [7]. Тем не менее, исследовательский интерес ученого был также направлен в сторону разработки идеи единого сообщества безопасности [3], проблем международных отношений и интеграции [8], а также феномена становления наций, национализма и национального самосознания [1].

Ключевыми работами Дойча в сфере наций и национализма стали следующие монографии: «Национализм и социальная коммуникация» (Nationalism and Social Communication, 1953 г.) [2], «Национализм и его альтернативы» (Nationalism and its Alternatives, 1969 г.) [1], а также «Связи между нациями» (Ties Among Nations, 1979 г.) [4].

Разработанная Дойчем теория нации и национализма получила название «коммуникативной» [7] и во многом сформировалась под влиянием бурного развития социологических исследований того времени. Необходимо отметить, что данная теория носит ярко выраженный модернистский характер – появление национализма рассматривается как значимое условие перехода общества от традиционного устройства к современному [6]. Ключевой чертой в таком изменении является преобразование качества коммуникации в обществе – т.е. способности членов общества производить, хранить и передавать информацию посредством общей знаковой системы. Подобный информационный обмен становится основой для формирования современных национальных культур и новых обществ – наций. Примечательно, что нация, с точки зрения Дойча, определяется не совокупностью определенных признаков (языком, общей историей, культурой, территорией), а своими коммуникативными возможностями [2].

Одним из ключевых понятий в теории Дойча является «комплиментарность» или «коммуникативная эффективность» [2], т.е. взаимодополняемость и взаимное соответствие друг другу разных элементов одной структуры. Комплиментарность позволяет формировать общность из разрозненных групп и индивидов. Средствами передачи информации в такой системе выступают язык, традиции, привычки и множество других символов, понятных всем членам одной общности. Как отмечает Дойч, «коммуникативные средства общества состоят из стандартизированной системы символов, таких как язык и любое количество вспомогательных знаковых систем (азбуки, способы письма, счета, рисования и т.д.). Они включают также информацию, хранящуюся в живой памяти, привычках, ассоциативных связях и наклонностях членов сообщества, и его материальных средствах хранения информации, таких как библиотеки, памятники, указатели и т.д.» [2].

Примером подобной комплиментарности служит выработка общего образа мышления и образа действий среди представителей одной нации. Примером тому служит общение между представителями разных стран, говорящих на одном языке. Так, немецкоговорящие жители Швейцарии отмечают, что им нередко сложнее понять граждан Германии или Австрии, чем своих соотечественников, говорящих на другом языке. Такое недопонимание объясняется тем, что, владея общим языком, представители разных наций используют одни и те же слова для разных понятий. Представители же одной национальной общности, поверхностно зная языки друга, могут использовать разные слова (немецкие, французские, итальянские), однако же подразумевать под ними одно и то же понятие [2].

Примечательно, что Дойч разводит понятия общности и культуры. Культура, в понимании мыслителя – это «конфигурация предпочтений и ценностей» народа [1], т.е. нематериальных, бестелесных явлений. Общность же – это «совокупность живущих индивидов, в чьих умах и воспоминаниях существуют привычки, ценности и предпочтения, которые они передают друг другу через каналы коммуникации» [1].

Формирование национальной общности, помимо наличия эффективной коммуникации, зависит также и от наличия центра или ведущей группы, способной стать выразителем интересов нации и закрепить за представителями своей нации определенные политические и экономические блага. Национальность становится нацией, получив необходимую силу для поддержки своих стремлений, а также средства для эффективного контроля за поведением своих членов. Роль таких средств играют формальные и неформальные институты влияния в обществе. Набрав необходимый вес в обществе и получив в нем ключевые роли, нация приобретает суверенитет и выводит на арену политики национальное государство.

В определении Дойча, нация – это «народ, овладевший государством и сделавший его орудием реализации своих общественных и, в этом смысле, национальных интересов» [2]. Национализм, в свою очередь, – «это состояние ума, которое при принятии решений в социальных коммуникациях придает особое значение «национальным» сообщениям, воспоминаниям и образам» [2]. Национализм формируется вместе с нацией и способствует ее укреплению. Тем не менее, в определенный момент, национализм может повлечь за собой негативные последствия, превратив представителей нации в класс. Все члены этого класса образуют собой привилегированную страту общества, в то время, как другие национальности будут вынуждены играть вторичные роли в государственной жизни. Это приведет к снижению эффективности каналов коммуникации и утрате прежнего единства. Национализм, нацеленный изначально на укрепление нации, в этой точке может привести к ослаблению национального самосознания и появлению своих крайних форм.

Критики данной теории нередко делают акцент именно на модернистском характере воззрений Дойча, а также слишком широком критерии формирования нации [6]. Тем не менее, практически все исследования национализма последних десятилетий в той или иной степени ссылаются на работы Карла Дойча. С практической точки зрения, особенно актуальны его исследования для государств постсоветского пространства, где остро стоит проблема формирования собственного национального самосознания после утраты советской идентичности.

Литература

1. Karl Deutsch. Nationalism and its Alternatives. New York: Knopf, 1969
2. Karl Deutsch. Nationalism and Social Communication, Cambridge: The MIT Press, 1966
3. Karl Deutsch, Political Community and the North Atlantic Area, Princeton: Princeton University Press, 1957
4. Karl Deutsch. Ties among nations. New York : Free Press, 1979
5. Karl Deutsch. The Nerves of Government: Models of Political Communication and Control. New York: Free Press of Glencoe, 1966
6. Алексеева Т.А. Современные политические теории. – М.: РОССПЭН, 2000.
7. Соловьев А.И. Политология: Политическая теория, политические технологии: Учебник для студентов вузов /А. И. Соловьев. — М.: Аспект Пресс, 2006.
8. Цыганков П.А. Международные отношения: Учебное пособие. — М.: Новая школа, 1996.