

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ

---

Д.Е. КРАСНЯНСКИЙ

ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ  
УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ

для студентов III курса

специальности 030602

дневного обучения

Москва – 2009

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ**

**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО  
ОБРАЗОВАНИЯ**

**«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ»**

---

**Кафедра связей с общественностью  
Д.Е. Краснянский**

**ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ**

для студентов III курса

специальности 030602

дневного обучения

Москва – 2009

**Рецензенты: канд. филос. наук., доцент Чухлеб С.Н.,  
канд. пед. наук, доц. Золотарева Л.Г.  
Краснянский Д.Е.**

Основы теории коммуникации. Пособие по изучению дисциплины. –  
М.: МГТУ ГА, 2009. – 154 с.

Данное учебное пособие издается в соответствии с учебным планом для студентов III курса дневного обучения специальности 030602 – «Связи с общественностью» и служит методическим источником в изучении и понимании ими проблематики курса «Основы теории коммуникации».

Рассмотрено и одобрено на заседании кафедры 22.10.2008.

Рассмотрено и одобрено на заседании Методического совета  
специальности 030602 30.10.2008 г.

## Тема 1. Предмет, объект и методы теории коммуникации

Теория коммуникации как научная дисциплина возникает в начале XX в. Местом ее зарождения являются США. Отличительной особенностью теории коммуникации является, с одной стороны, её междисциплинарный характер, а, с другой, – её сильнейшая ориентация на решение практических задач. Это не случайно. Дело в том, что коммуникативной проблематикой практически одновременно в первые десятилетия XX в. стали активно заниматься американские философы: Ч. С. Пирс, Д. Дьюи, Дж. Г. Мид; социологи: Ч. Кули, Г. Блумер, Т. Парсонс, Р. Мертон, П. Лазарсфельд; политологи: Г. Лассуэлл, О. Тоффлер; социальные психологи: Д. Б. Уотсон, Я. Л. Морено, К. Левин, К. Роджерс, Ф. Перлз и др.

Благодаря этому импульсу проблемами коммуникации заинтересовались и в европейской науке достаточно упомянуть такие имена, как М. Вебер, А. Шюц, Т. Лукман, К. Ясперс, Ю. Хабермас...

Что является предметом теории коммуникации? Центральной категорией, объясняющей это, является понятие «коммуникация». Уже основоположники (например, Ч. Кули) трактовали понятие коммуникации очень расширенно. Под коммуникацией они понимали «механизм, посредством которого становится возможным существование и развитие человеческих отношений – все символы разума вместе со способами их передачи в пространстве и сохранения во времени. Она включает в себя мимику, жесты, общение, тон голоса, слова, письменность, печать, железные дороги, телеграф, телефон и самые последние достижения по завоеванию пространства и времени. Четкой границы между средствами коммуникации и остальным внешним миром не существует. Однако вместе с рождением внешнего мира появляется система стандартных символов, предназначенная только для передачи мыслей, с нее начинается традиционное развитие коммуникации».<sup>1</sup>

Если исходить из этимологии термина «коммуникация», то в переводе с латыни *communicatio* означает «делать общим, связывать, общаться». Поэтому одним из самых распространенных значений понятия коммуникация является *общение*. Но это только одно из значений. Второе – структура, паттерн информационного обмена.

Категория информации является вторым важнейшим термином теории коммуникации. *Информация* (от латинского *informatia*) разъяснение, изложение, нечто упорядочивающее что-то. Чаще всего под информацией понимается нечто, передаваемое людьми друг другу каким-либо способом. В коммуникативистике значение этого понятия тоже расширяется и здесь под информацией понимается мера организации системы.

---

<sup>1</sup> Кули Ч. Общественная организация. //Тексты по истории социологии XIX-XX вв.: Хрестоматия. – М.: Наука, 1994. – с. 379.

В процессе складывания теории коммуникации обозначилось два подхода к определению её предмета.

*Первый подход* вытекает из идеи, что нет одной теории коммуникации, а есть много теорий коммуникации. Так как специфика коммуникативного знания такова, что человек сталкивается со множеством коммуникативных объектов и процессов, которые описывают разные науки, тем или иным образом пересекающиеся с коммуникативной проблематикой: философия, социология, кибернетика, психология, лингвистика и т.д. В рамках каждой из этих наук, есть «своя» теория коммуникации. У такого подхода есть свои достоинства: предметное поле теории с появлением новых знаний всегда можно расширить, при этом используются данные разных наук. Правда в таком случае возникает вопрос об онтологическом статусе теории коммуникации как самостоятельной дисциплины, отличной от исследования разных сторон коммуникации в рамках других наук. И предмет исследования попросту замещается объектом.

*Второй подход* предполагает, что наряду с другими науками, в число интересов которых попадают коммуникационные процессы, должна существовать общая теория коммуникации, изучающая коммуникацию не в ряде прочих объектов, как та же философия, социология или кибернетика и пр., а как единственный и основной объект. Такая теория рассматривает коммуникацию как многомерную систему, выявляя присущие ей элементы, механизмы, устойчивые связи и отношения. В таком виде теория коммуникации естественно едина, и своими теоретическими обобщениями, касающимися структуры, механизмов, связей и отношений в коммуникационном поле аккумулирует и интегрирует результаты, полученные с помощью теоретического арсенала других наук.

Таким образом, теория коммуникации в расширительном понимании включает все коммуникативное знание, представляя собой комплекс дисциплин, изучающих коммуникацию наряду со своим основным предметом. В узком значении теория коммуникации связана с универсальными механизмами и закономерностями информационного обмена.

Можно предложить следующее определение теории коммуникации и ее предмета. *Теория коммуникации – это синтез социально-гуманитарных, естественнонаучных и научно-технических знаний, имеющих коммуникативную природу. Ее предметом является всеобщее в природных, социальных и технических системах коммуникационных связей.*

Соответственно объектом теории коммуникации выступает *информационный обмен между системами разного типа* (природными, биологическими, социальными, техническими).

Структура коммуникативного знания может быть представлена в виде следующей пирамидальной иерархии: в основании располагаются частные теории социальной коммуникации: социологические, психологические, политологические, культурологические, лингвистические, технологические. На этом же уровне представлены теории видовых и межвидовых

коммуникаций. На среднем уровне, обобщая теории видовых и межвидовых коммуникаций, формируется общая теория биокommunikации. Здесь, обобщая частные теории социальной коммуникации, складывается общая теория социальной коммуникации. Венчает пирамиду общая теория коммуникации.

Указанная структура коммуникативного знания обеспечивает огромное количество специальных коммуникативных дисциплин. К примеру, только в социологический цикл входят такие специальные дисциплины, как теория массовой коммуникации, теория межличностной коммуникации, теория групповой коммуникации, теория социального обмена, теория пропаганды и многое другое. В психологический цикл – психология межличностного общения, психология групповой коммуникации, психология массовой коммуникации, психолингвистика, теория переговоров, управление впечатлениями и др.

Все уровни коммуникативного знания связаны между собой. Вследствие чего система коммуникативных наук имеет чрезвычайно разветвленный характер.

*Социальная коммуникация – это структура, формы, механизмы, средства информационных взаимодействий в социуме (обществе).* Предметом теории социальной коммуникации являются законы, универсальные средства, механизмы и способы трансляции информационного обмена в обществе.

Кроме предмета и объекта ключевым критерием научности любой теории являются специфические методы, которыми она располагает.

*Метод* – от греческого *methodos* – путь, хождение вдоль пути – в самом широком смысле означает путь к чему-либо. Научный метод – это совокупность приемов, применяемых исследователем для получения необходимого результата. Все методы разделяют на две большие группы: общенаучные и частнонаучные. Какие же методы используются в теории коммуникации? Среди общенаучных методов, которые чаще всего используют в исследовании коммуникационных процессов, можно выделить *моделирование, системный подход, сравнение.*

Моделирование – изучение объекта (оригинала) путем создания и исследования его копии (модели), замещающей оригинал с определенных сторон, интересующих исследователя. Моделирование широко применяется при исследованиях коммуникативных процессов. Одна из первых моделей коммуникации была предложена Аристотелем – «оратор-речь-публика», большинство же коммуникативных моделей разработано в XX в.

Системный подход. В настоящее время этот метод занимает ведущее место в научных изысканиях. Наиболее эффективная сфера его применения – это исследование сложных самоорганизующихся объектов. Именно к данному классу объектов относится коммуникация во всех её формах и проявлениях. При системном подходе объект рассматривается как некоторое множество элементов, взаимосвязь которых обуславливает целостные интегральные свойства данного множества.

Например, при рассмотрении коммуникативного акта с точки зрения системного подхода можно раскрыть многообразные связи и отношения внутри самого акта, и его связь с внешней средой, влияние этой среды на характер, цели и стратегию коммуникации. Системный характер коммуникации позволяет установить уровневую иерархию коммуникативных систем, выявить социокультурную дифференциацию и вариативность коммуникативных средств. В коммуникативистике в качестве сложных систем рассматриваются язык, СМИ, текст, коммуникативный акт.

Метод сравнения представляет собой познавательную операцию, основанную на суждениях о сходстве или различии объектов. С помощью сравнения выявляются их качественные и количественные характеристики. Главным условием для использования этого метода является наличие общего основания, по которому сравниваются изучаемые объекты. Весьма эффективна данная методика при изучении различных уровней коммуникации: межличностной, массовой, групповой. Вероятно, наиболее распространенным в социогуманитарном знании является сравнительно-исторический метод.

Частнонаучные методы – это совокупность способов, исследовательских приемов и процедур познания, применяемых в той или иной отрасли науки. Так как теория коммуникации представляет собой чрезвычайно разветвленную многоуровневую систему, в ней используются методы таких частных наук, как социология, лингвистика, психология, педагогика... Возможно наиболее распространенными методами частных наук в коммуникативистике являются *социологический метод, герменевтика, контент-анализ, интен-анализ, социометрическая процедура*.

Социологический метод представляет собой совокупность приёмов конкретных социологических исследований, направленных на сбор и анализ эмпирических данных, отражающих реальное состояние коммуникативных процессов в обществе. Методы социологических исследований (опросы, анкетирование, эксперименты, статистический анализ, математическое моделирование, case study) позволяют собрать богатый фактический материал и на его основе изучать социально-коммуникативные процессы и явления. Широкое применение социологический метод находит при исследовании процессов массовой коммуникации, анализе взаимодействия СМИ и общественных структур, выявлении специфики информационных процессов, изучении степени влияния СМИ на общественное сознание.

Герменевтика, впервые появившись в философском дискурсе, чаще всего интерпретируется как метод истолкования, интерпретации текстов. У этого метода длинная история: в античности и в средние века толкователи «священных» текстов вели многочисленные споры вокруг смыслов того или иного текста, выражения. В эпоху Реформации шли нескончаемые споры филологов, историков и юристов по поводу аутентичности и сакральности текстов. В. Дильтей видел в герменевтике основание всех наук о духе. Проблеме толкования и понимания текста отдали дань Ф. Шлегель, Ф. Шлейермахер, М. Хайдеггер.

Контент-анализ обращен к содержательной стороне информации. Это экспериментальный метод, в первую очередь рассчитанный на изучение деятельности средств массовой информации путем систематической числовой обработки, оценки и интерпретации формы и содержания сообщения информационного источника. Для получения таких данных используется компьютерная техника и методы программного моделирования. Главным объектом контент-анализа являются тексты, фонограммы, аудио и видеозаписи, содержащие печатную или радиотелевизионную информацию. Кроме того, анализируются опросы общественного мнения с целью определения эффективности деятельности различных информационных средств. Данные, получаемые с его помощью, выявляют роль СМИ в формировании вкусов, предпочтений, интересов и мнений различных социально-демографических и профессиональных групп, их отношение к тем или иным процессам в области экономики, политики, культуры. Благодаря контент-анализу можно выявить роль СМИ в предвыборных кампаниях и их воздействии на электорат. На основе контент-анализа формулируются рекомендации по совершенствованию информационного обеспечения различных социальных процессов.

Принято разделять *содержательный* и *структурный* контент-анализ. Содержательный контент-анализ сосредоточивает внимание на содержании сообщения, на том, о чем в нем говорится. Структурный контент-анализ выявляет как говорится, каков способ подачи сообщения, как часто и сколько фигурирует в данном сообщении конкретных смысловых единиц.

Интеннт-анализ – метод, с помощью которого изучается проблема целенаправленности вербальной коммуникации. Интеннт-анализ разрабатывается главным образом в рамках психологической науки и исходит из того, что человеческая речь представляет произвольное (т.е. преднамеренное) действие. Соответственно намерение (интенция) что-либо высказать, связанное с определенным содержанием мысли или чувством, лежит в основе практически каждого речевого проявления. Намерение составляет собственно психологический пласт речи, зачастую именно оно в первую очередь улавливается людьми в разговоре, на него следует реакция собеседника. Однако интенциональный пласт речи не всегда доступен для простого выделения и описания. Поэтому и разрабатывается техника его фиксирования, получившая название интеннт-анализа. Эта техника развивается на основе изучения текстов повседневной жизни (дискурсов). Для анализа и описания удобны политические тексты, интервью, выступления, телевизионные диалоги.

Социометрическая процедура относится к инструментарию социально-психологического изучения малых групп, а также личности как члена малой группы. В равной мере она пригодна для коммуникативистики, поскольку основная задача социометрии – диагностика межличностных и межгрупповых отношений в целях их изменения и оптимизации. С помощью социометрической процедуры – опроса, измерения и расчетов изучают типологию социального поведения в условиях групповой деятельности,

оценивают сплоченность, совместимость членов группы. Этот метод был разработан Я. Л. Морено для исследования эмоционально-непосредственных отношений внутри малой группы.

Перечисленные методы отнюдь не исчерпывают методологическую базу теории коммуникации, но являются одними из наиболее широко ею используемых. Следует иметь в виду, что методология теории коммуникации не может быть сведена к какому-то одному, пусть очень важному методу. Методология не есть также простая сумма отдельных методов, их механическое единство. Методология – сложная, целостная система способов, приемов, принципов разных уровней, сфер действия, направленности, эвристических возможностей, содержаний, структур...

Любой коммуникативный акт осуществляется в рамках определенного континуума. Таким континуумом выступает пространственно-временная система координат. В силу этого в число базовых категорий теории коммуникации входят категории *коммуникативного пространства* и *коммуникативного времени*.

В коммуникативном пространстве реализуются все коммуникативные взаимодействия. Однако не следует понимать, как это делают некоторые коммуникативисты; под коммуникативным пространством – некую протяженную среду, где разворачиваются взаимодействия. Коммуникативное пространство не есть чистая протяженность, отделенная от коммуникации сущность. Наоборот, само оно существует постольку, поскольку осуществляются коммуникативные взаимодействия; оно возникает там и тогда, где и когда возникают коммуникативные связи. Поэтому *коммуникативное пространство можно определить как систему многообразных коммуникативных связей, возникающих между различными акторами коммуникации*. Общество создает свое коммуникативное пространство – социальное коммуникативное пространство, агентами которого выступают отдельные люди, группы людей (большие или малые), социальные институты. Многочисленные связи, возникающие между различными людьми, индивидами и группами, группами и институтами, людьми и институтами и т.д., формируют социальное коммуникативное пространство. Его основными параметрами являются *плотность* и *протяженность*. Плотность означает, что это пространство неоднородно, его плотность в различных местах неодинакова и зависит от интенсивности и количества взаимодействий. Протяженностью коммуникативного пространства является *коммуникативная дистанция*. Близкая дистанция означает непосредственный контакт, возникающий в условиях межличностной коммуникации или коммуникации в малых группах. Напротив, большая дистанция характерна для массовой коммуникации, где обычно непосредственного контакта между источником и получателем информации не существует, а их связь опосредована специальными техническими средствами коммуникации. Несомненно, коммуникативная дистанция оказывает большое влияние на выбор стратегии и средств коммуникативного взаимодействия.

Под коммуникативным временем мы понимаем длительность и последовательность самих коммуникативных актов, а не чистую длительность, внутри которой осуществляются коммуникативные акты. Проблема коммуникативного времени всегда была одной из самых актуальных проблем теории и практики коммуникации. На протяжении всей истории человечество стремилось решить задачу максимального ускорения прохождения информации от источника до получателя. С технической точки зрения сегодня эту проблему можно считать решенной: современные средства связи позволяют практически мгновенно передавать информацию в любом объеме и в любую точку планеты и даже за ее пределы. Вместе с тем было бы преждевременным считать проблему коммуникативного времени закрытой, поскольку решение технических задач еще не означает решения проблем человеческих. Напротив, в связи с колоссальным ростом коммуникационных возможностей человечества резко обостряются проблемы определения границ человеческих возможностей получения, восприятия, понимания сообщений в условиях все более сокращающегося коммуникативного времени и все более увеличивающегося объема передаваемой информации.

Особую актуальность проблема коммуникативного времени приобретает в кризисных ситуациях. Как правило, такие ситуации возникают неожиданно (это может быть крупная катастрофа, землетрясение, авария, начало военных действий без предварительного объявления и т.д.). В новой, нестандартной кризисной ситуации даже возможная предварительная подготовка к разного рода чрезвычайным обстоятельствам может оказаться малоэффективной. Кроме того, сложность кризисной ситуации обусловлена ее динамичностью, вследствие чего всегда ощущается нехватка времени для принятия и реализации решений. В этих условиях быстрота и точность прохождения информации чрезвычайно важны, так как позволяют исключить возможное непонимание, конфликты и, главное, своевременно и оперативно принять необходимые меры для предотвращения дальнейшего обострения кризисной ситуации.

В заключение данной темы нужно кратко охарактеризовать функции теории коммуникации. Ведь содержание теории коммуникации раскрывается именно через ее функции. К числу важнейших функций теории коммуникации могут быть отнесены следующие:

- Познавательная функция, выполнение которой предполагает описание изучаемого объекта (явления), накопление полученного исследовательского материала и его систематизацию. Познавательная функция теории коммуникации направлена на разработку основных концептуальных парадигм, объясняющих механизмы коммуникации, информационного обмена, взаимодействия.
- Методологическая функция теории коммуникации состоит в том, чтобы разработать эффективный способ научного познания коммуникативной реальности, а также в выработке исходных

принципов познания для всего комплекса коммуникативных исследований в рамках наук коммуникативного цикла.

- Прогностическая функция – одна из важнейших функций теории коммуникации. Она предполагает определение ближайших и отдаленных перспектив развития социальной коммуникации, моделирование коммуникативных процессов в обществе с целью определения их вероятных последствий и результатов.
- Практическая функция теории коммуникации позволяет решить такие важные проблемы, как оптимизация процесса коммуникации, выработка рекомендаций для достижения стратегии эффективной коммуникации, учет субъективных и объективных факторов коммуникационного процесса.

Во многом прикладной, практический характер теории коммуникации находит свое выражение в повышении ее значимости в профессиональной деятельности. Престиж коммуникатора, специалиста в области связей с общественностью в современных условиях становится все более высоким.

## **Тема 2. Исторические вехи возникновения и основные этапы развития теории коммуникации**

Хотя термин «коммуникация» был введен в научный оборот только в начале XX в. проблема коммуникации входила в поле зрения мыслителей с того самого момента, когда впервые появляется систематическое знание, или наука. Таким образом, впервые рефлексия, посвященная коммуникативной проблематике, появляется в античной культуре. Правда сразу же необходимо отметить, что тогда коммуникация рассматривалась исключительно как проблема человеческого общения.

Рубеж, когда эта тема становится особо явственной, – V в. до н.э. Именно в этот период центральной для философских рассуждений становится тема человека. Сократ и софисты именно эту тему ставят в центр своих изысканий. Обращение к проблеме человека, человеческого бытия выводило на первый план вопросы межличностных отношений, которые стали предметом риторики и этики. Сократ и софисты обнаружили, что слово обладает особым статусом, так как оно автономно и не связано с бытием. Отсюда следует вывод, что слово «всеядно», открыто и готово ко всему. Оно является носителем убеждения, верования и внушения. При этом совершенно не важно истинно слово или нет. На этой основе возникает риторика как искусство убеждения, использующее возможности слова. Античная риторика внесла огромный вклад в становление и развитие коммуникативной теории и практики. Она уделила внимание важнейшим проблемам государственной деятельности как арены столкновения ораторов, воспитанию ораторов, технике подготовки речи. Была детально разработана структура речи, включающая такие элементы, как: вступление, название и толкование названия, повествование, описание, доказательство, опровержение,

обращение к чувствам, заключение. Теоретический задел, созданный античными мыслителями, стал основой, на которой строились дальнейшие исследования в области человеческой коммуникации. Античная мысль сделала лишь первые шаги по пути осмысления человеческой коммуникации: уровень развития личности и реальных отношений между людьми был еще недостаточно высок, чтобы данная проблема приобрела серьезное значение в общественном сознании.

Огромный шаг на пути решения проблемы личности и человеческих отношений был сделан с возникновением и распространением христианства. Христианство дало мощный импульс развитию самосознания личности. На смену риторике, знавшей по преимуществу гражданское и судебное красноречие, приходит гомилетика – искусство произнесения проповеди.

На рубеже XVIII – XIX вв. в немецкой философии начинает разрабатываться категориальный аппарат, принципиально важный для построения теории коммуникации. Речь идет о категориях «субъект» и «объект», где под «субъектом» понимался человек в его активно-познавательном отношении к окружающему объективному миру – «объекту». Хотя нужно отметить, что практически все мыслители этого времени были склонны трактовать и человеческое общение в категориях субъект-объектной связи, а не субъект-субъектной. Таким образом, вместо принципа диалогичности межличностной коммуникации восторжествовал принцип ее монологичности.

Необходимо отметить подход Ф. Шлейермахера, который более последовательно рассматривал проблему общения. Для него общение между людьми – это в первую очередь общение между индивидами, равными сторонами (т.е. то самое субъект-субъектное отношение). Признание этого факта стало для него предпосылкой и фундаментальной основой последующей разработки теории понимания как основы подлинно человеческих взаимоотношений. Именно Шлейермахер заложил основы *герменевтики*. Под герменевтикой он понимал искусство постижения чужой индивидуальности, другого. Предметом герменевтики выступает, прежде всего, аспект выражения, а не содержания. Кроме простой техники понимания и толкования различных сочинений, герменевтика раскрывает саму интерпретативную структуру, характеризующую понимание как таковое: Шлейермахер предложил это делать посредством так называемого герменевтического круга. Суть его состоит в том, что для понимания целого необходимо понять его отдельные части, но для понимания отдельных частей уже необходимо иметь представление о смысле целого. Так, слово – часть предложения, предложение – часть текста, текст – часть творческого наследия данного автора и т.д.

В XIX в. возникает *семиотика* – новое направление исследования коммуникации. Главный упор семиотика направляла на знаковую природу коммуникации, исследовала свойства знаков и знаковых систем, которым определенным образом сопоставлялось некоторое значение. Естественно, изучение знаков впервые началось не в XIX в. Еще в конце XVII в.

Г. Лейбниц в своих логико-математических работах предвосхитил своей концепцией «универсального исчисления» основные положения математической логики и семиотики. В явном виде базовые принципы семиотики были сформулированы Ч. Пирсом. По утверждению Ч. Пирса, «любая мысль – это знак, участвующий в природе языка», «мыслить без знаков – невозможно», а знак является заменителем объекта в каком-то аспекте.

Коммуникация также имеет знаковую природу и невозможна без знаков. В любой коммуникативной ситуации можно выделить три части: знак (первый термин) в функции объекта (второй термин) и в отношении к интерпретатору (третий термин). Триадиическая природа знака позволила Пирсу разработать следующую семиотическую классификацию.

Во-первых, взятый сам по себе *знак* он называет *знак-качество*, каким, например, является ощущение цвета, во-вторых, такой знак мог бы быть любым объектом, в-третьих, это знак, отсылающий к любому закону или конвенции.

Знак, взятый в отношении к собственному предмету, может быть представлен как: 1.) образ (икона, рисунок, диаграмма); 2.) индекс (сигнал, градуированная шкала); 3.) символ (в том смысле, в каком им могут быть книга, памятник, знамя).

Знак, взятый в отношении к интерпретатору, есть: 1.) утверждение с неопределенным объектом и предикат, указывающий на определенное свойство объекта, например, «что-то красное» («X есть красное»); 2.) пропозиция, в которой субъект указывает на предмет или событие, а предикат – на качество, например, «роза красная»; 3.) аргумент – цепочка из трех и более пропозиций, построенных по законам вывода; таким является любой силлогизм.

Пирс считал свою теорию знаков исключительно необходимой для исследований коммуникации, хотя и подчеркивал ненадежность любого научного исследования. Поэтому свою концепцию Пирс прямо называл гипотетической. Не только человеческое мышление состоит из знаков, но и сам человек может быть понят как знак. Мышление носит языковой характер, а язык – это совокупность знаков. Поэтому нельзя мыслить без знаков, в основе человеческого познания и понимания также лежит знак-язык, публичный по своей природе и выступающий в качестве средства общения.

Философская традиция изучения коммуникации в XX в. еще более многообразна. С одной стороны, в ней получили дальнейшее распространение идеи семиотики и герменевтики, а, с другой, - появились такие направления, одним из главных объектов интереса которых были коммуникативные проблемы. Это: бихевиоризм, экзистенциализм, персонализм, аналитическая и лингвистическая философия, символический интеракционизм.

*Бихевиоризм* – одно из ведущих философско-психологических направлений конца XIX первой половины XX вв. Основателем бихевиоризма является крупный американский философ и социальный

психолог Д. Б. Уотсон. В основе бихевиористской теории лежит понимание поведения человека и животных как совокупности двигательных, вербальных и эмоциональных реакций на стимулы внешней среды. Бихевиоризм возник под влиянием развития экспериментальных исследований психики животных, в формировании его научных основ большую роль сыграли работы И. П. Павлова. Поскольку в этих исследованиях не мог применяться метод самонаблюдения (широко практиковавшийся в экспериментальной психологии), то была построена методика эксперимента, основанная на серии контролируемых воздействий на животных и регистрации их реакций на эти воздействия. Эта методика была перенесена и на исследование психики и поведения человека. Общеметодологическими предпосылками бихевиоризма стали принципы философии позитивизма, согласно которым наука должна описывать только непосредственно наблюдаемое. Это непосредственно наблюдаемое трактуется как факт объективной реальности (принцип объективности). Отсюда и основной тезис бихевиоризма – психология должна изучать поведение, а не сознание, которое в принципе непосредственно не наблюдаемо. Поведение же понимается как совокупность связей стимул – реакция (S – R).

Вместе с тем, связь стимула с реакцией в бихевиоризме интерпретируется достаточно жестко: определенный стимул должен вызывать определенную реакцию. Такая жесткость объясняется автоматическим закреплением и в дальнейшем многократным повторением реакции, дающей положительный эффект в ответ на внешнее воздействие.

Слабые стороны бихевиоризма, как это всегда бывает, вытекают из его сильных сторон. Бихевиоризм, обладая сильными эвристическими возможностями в объяснении процессов коммуникации в природе и животном мире, а также при исследовании некоторых коммуникативных процессов, например, обратной связи, обладает весьма ограниченным потенциалом в объяснении социальной коммуникации. Ведь он практически игнорирует такие явления, как сознание, воля, мышление. Факторы социокультурного характера вообще не принимаются бихевиоризмом в расчет.

*Экзистенциализм* стал наиболее распространенным философским течением между мировыми войнами. Крупнейшие его представители –

М. Хайдеггер, К. Ясперс, Ж. П. Сартр, Г. Марсель, А. Камю, Л. Шестов. По своему характеру экзистенциализм – это учение о человеческой некоммуникабельности. Центр интереса экзистенциалистов – человеческое бытие (экзистенция), противостоящее чуждой и враждебной человеку действительности. Кроме того, что личность не может наладить контакт с этой враждебной средой, экзистенция принципиально неопределяемая, ее невозможно свести к какому-то понятию, следовательно, невозможно до конца выразить человека. В этом и состоит проблема человеческого одиночества: человек не может быть до конца понят другим человеком, он не может до конца понять другого человека, разделить его чувства и переживания. Непосредственность существования человеком переживается,

но поделиться с другим своим переживанием он не в состоянии. Люди принципиально одиноки, они обречены на взаимное непонимание (А. Камю). Каждый человек – целый мир. Но эти миры не сообщаются друг с другом. Общение людей лишь скользит по поверхности и не затрагивает глубины души.

Правда существует экзистенциалистская позиция, которая кардинально отличается от традиционных экзистенциалистских вариаций. Это точка зрения К. Ясперса. Для Ясперса мир – это всегда мир коммуникации. Он выступает сторонником живой, повседневной, непрекращающейся коммуникации людей, решающих с помощью дискуссий, споров, столкновения точек зрения и позиций научные, политические, социальные проблемы.

Ясперс проводит различие между «объективной» и «экзистенциальной» коммуникацией. Объективная коммуникация обусловлена любого рода общностью между людьми (общие интересы, общая культура, общая профессиональная группа и т.д.). Экзистенциальная коммуникация возникает в ситуации общения двух, трех или нескольких близких людей, их разговора о самых важных для них «последних» вопросах, в ходе которого возможен «прорыв экзистенции к трансценденции».

Способность человека к коммуникации отличает его от всего остального сущего, благодаря ей человек может обрести самого себя, она лежит в основе экзистенциального отношения между людьми, как отношение между Я и Ты. Такого рода отношения возникают между людьми общающимися, но одновременно сознающими и сохраняющими свои различия, идущими друг к другу из своей уединенности. Человек, считает К. Ясперс, не может быть самим собой, не вступая в общение, и не может вступать в общение, не будучи уединенным, не будучи «самостью». Таким образом, коммуникация является универсальным условием человеческого бытия.

*Персонализм.* Эта теистическая тенденция, полагающая личность и ее духовные ценности высшим смыслом земной цивилизации. Естественно, в таком же ракурсе персонализмом трактуется человеческая коммуникация. Главным деятелем данного течения является Э. Мунье. Коммуникация в философии персонализма – общение, основывающееся на взаимопонимании, дискуссии, что становится противовесом доктрине общественного договора, так как его участники воспринимают и осознают друг друга только в свете своих обоюдных обязательств – абстрактно и безлично. В результате возникают мнимые коллективы «массового общества» - корпорации, группы давления, бюрократизированные институты. Коммуникация же – взаимозависимость, противоположная договору, основывается на интимных контактах и осознанной духовной общности. Можно выразить это тезисом «контакт – вместо контракта», эмпирические формы которого (контакта) – беседа, дискуссия, «безграничное взаимное пребывание в беседе». Очень важная категория для экзистенциалистского анализа коммуникации термин «дискурс». Для К. Ясперса и М. Хайдеггера «дискурс» – подчиненное понятие по отношению к понятию диалога: дискурс есть диалог, ведущийся с

помощью аргументов. У Ю. Хабермаса и К. О. Апеля дискурс – форма коммуникации, а именно: такой способ коммуникации, в котором сталкиваются различные высказывания, явным или неявным образом содержащие притязания на общезначимость.

В практике французских экзистенциалистов термин «дискурс» имеет широкий спектр значений – от свободной беседы, диалога и рассуждения до методически отрефлектированной философской речи.

В персонализме личность является свободной, «микрокосм», обладающий в то же время свободой воли. Эта личность не ограничена другими личностями, общественными и политическими структурами. Более того, её нет кроме как в других и через других. Поэтому, когда общение прерывается или нарушается, человек теряет самого себя. Э. Мунье говорил, что любое безумие есть не что иное, как поражение в общении: *другой* становится *чужим*, Я становлюсь чужим мне самому. Это значит, что я существую, поскольку я есть для других, по существу – быть означает любить.

Следовательно, для персоналистов антитезой индивидуалистическому обществу выступает персоналистско-коммунитарное общество. В нем нет ничего от анонимного массового общества, это не диктатура и не правовое общество просветительского типа, основанное на компромиссе эгоистических интересов.

Таким образом, совокупности внешних по отношению к индивиду форм совместной деятельности людей персонализм противопоставляет личностное сообщество, где происходит объединение людей в духе, «по ту сторону слов и систем».

*Лингвистическая философия* – одно из направлений аналитической философии, получившее развитие в Великобритании (кембриджская и оксфордская школы), а затем в США. Главный объект интереса этого направления – анализ языка. Отличие представителей этого течения, например, от неопозитивистов в том, что они отказываются от жестких логических требований к языку, считая, что объектом анализа должен быть естественный язык. Впервые метод анализа естественного языка был разработан Дж. Муром. Наиболее развернутый вариант лингвистического анализа представлен у Л. Витгенштейна.

Витгенштейн считал, что представления о недостатках естественного языка, его так называемых логических нестрогостях, вызваны стремлением позитивистов навязать языку единую, универсальную логику, с тем, чтобы упорядочить язык, ликвидировать смысловые разночтения и многозначность используемых понятий, запутывающую двусмысленность грамматических конструкций и т.д. Витгенштейн считал, что философские заблуждения устраняются путем включения слов и выражений в органически присущие им контексты человеческой коммуникации. Исходя из разнообразия, неоднозначности понятий естественного языка, его природной подвижности, Витгенштейн предложил вариант анализа, основанный на концепции «языковых игр» и ввел термин «лингвистические игры».

Особенности игры как явления позволяют лучше понять особенности языковой реальности. Подобно тому, как каждая игра имеет свои правила, так и в языке существуют различные правила, где формальная логика образует всего лишь один класс таких правил. Поскольку каждая игра имеет свои собственные правила, следовательно, нет единой универсальной игры, одних и тех же правил и одинаковых способов достижения целей. Эта особенность игры позволяет кардинально пересмотреть соотношение логики и языка: уподобление логики правилам игры накладывает запрет на любые попытки подчинить язык единым логическим правилам, поставить логику над языком.

Лингвистических игр бесконечно много, как бесконечно много способов использования слов, знаков, словосочетаний. Эта множественность не есть что-то фиксированное, данное раз и навсегда: одни игры рождаются, другие – стареют и исчезают. Само слово «игра» указывает на то, что язык, говорение, будучи типом активности, составляют неотъемлемую часть жизни. Множественность лингвистических игр Витгенштейн демонстрирует на следующих примерах: «Отдавать приказы или выполнять их... Решать арифметические задачи... Переводить с одного языка на другой... Спрашивать, благодарить, проклинать, приветствовать, молить»<sup>2</sup>.

Перечисление и анализ различных примеров лингвистических игр означает уже не формально-логический анализ, а просто определение «фактического употребления» слов и словосочетаний. Для сторонников лингвистического направления «фактическое употребление» означает использование слов, значение которых нас интересует, в течение достаточно длительного времени достаточным числом серьезных и ответственных лиц, знающих соответствующий предмет или соответствующие обстоятельства. В сущности, имеется в виду решающая роль языковых конвенций.

Таким образом, лингвистический анализ есть процедура выяснения фактического употребления слов репрезентативной группой говорящих по интересующему предмету. Если некоторое выражение фактически употребляется, то бессмысленно уже говорить, истинно оно или нет. Вопрос об истине есть вопрос факта, а не нормы. Высказывать нечто и высказывать истину – это одно и то же, хотя мы можем ошибаться относительно употребления того или иного слова или выражения.

Лингвистическая философия, таким образом, свелась к описанию обыденного языка, фактическое употребление которого представляет научный интерес. Однако интерес только к обыденному языку, а не к миру натолкнулся на трудности научного познания и интерпретации. Выяснилось, что акцент Витгенштейна на роль языковых конвенций в обыденном языке, а, следовательно, свободного словоупотребления и вольного построения грамматических конструкций серьезно затрудняют научное познание и являются явно недостаточными инструментами для сложного анализа.

---

<sup>2</sup> Витгенштейн Л. Философские работы. Ч.1. М., 1994. с. 91.

Преодолеть указанные выше недостатки попытался Дж. Остин, видный представитель лингвистической философии из Оксфорда. Свою концепцию Остин назвал «теорией речевых актов». Анализируя различные лингвистические единицы, он обнаружил отличие индикативных (констатирующих) высказываний от перформативных (исполнительных). Первые содержат некую констатацию, описание – «Завтра я иду в зоопарк» и могут быть истинными или ложными. Вторые указывают на исполнение какого-либо действия «Обещаю, что завтра я пойду в зоопарк» и могут быть удачными или неудачными.

Для более тонкого анализа языковых конструкций и лингвистических единиц Остин ввел ряд новых понятий: локутивный акт – акт говорения самого по себе; иллюкутивный акт – акт осуществления одной из языковых функций (вопрос, оценка, команда, информация, мольба и т.д.); перлокутивный акт – целенаправленное воздействие на мысли и чувства человека, провоцирующее определенную реакцию (убеждение, обман, изумление, запутывание и т.д.).

*Символический интеракционизм.* Интеракционный подход, лежащий в основе самых разных направлений интеракционизма, в том числе и символического, рассматривает коммуникацию как *взаимодействие*. Сам интеракционизм явился теоретической альтернативой не только технократизма, но и бихевиоризма. В начале и середине XX в. социальная коммуникация чаще всего рассматривалась в контексте теоретических построений бихевиоризма, сводившего её к прямому воздействию сообщений коммуникатора на реципиента, где последний выступает лишь в качестве объекта, реагирующего на воспринимаемую информацию.

При альтернативном видении сущности коммуникации на первый план выдвигается активность реципиента как равноправного субъекта коммуникативной деятельности. В результате в 1953 г. Т. Ньюкомбом был сформулирован интеракционистский подход к коммуникации. Субъекты коммуникации здесь равноправны и связаны как взаимными ожиданиями и установками, так и общим интересом к предмету общения. Коммуникация рассматривается как реализация этого интереса с помощью передаваемых сообщений. Эффекты коммуникации состоят в сближении или расхождении точек зрения коммуникатора и реципиента на общий предмет, что, в свою очередь, означает расширение или сужение их возможностей взаимопонимания и сотрудничества. Такой взгляд на коммуникацию ставит в центр внимания достижение согласия между субъектами коммуникации, установление равновесия в системе взаимных установок.

Особенности процессов коммуникации в группах, организациях и других социальных системах требовали более сложных моделей. Необходимо было учитывать влияние социальных институтов, стереотипов группового сознания, проследить пути распространения сообщений, различные уровни их воздействия.

Именно в связи с этим в социологии и социальной психологии возникает направление – символический интеракционизм. У его истоков стоял Д. Г.

Мид. Мид отрицал фундаментальный тезис бихевиористов, согласно которому *поведение* людей – это пассивная, автоматическая реакция на стимул. Для символического интеракционизма коммуникация – не просто реакция, а субъективная осмысленность и направленность на других. Взаимодействия между людьми рассматриваются как непрерывный диалог, в процессе которого они наблюдают, осмысливают намерения друг друга и реагируют на них. Лишь придав действию «другого» какой-то смысл, значение («символизовав» его), люди реагируют на эти действия.

Таким образом, эти реакции, считал Мид, носят не автоматический, а осмысленный характер символических действий. Явления, которым придается какое-либо значение, становятся символами (так, протянутая рука символизирует приветствие, кольцо – стремление вступить в брак, послание в виде стрелы – объявление войны, а пальмовая ветвь – призыв к миру).

*Современные концепции коммуникации* базируются на двух больших подходах: первый – это различные варианты технократического характера, второй – разнообразные варианты интеракционизма, развивающие принципы и идеи Т. Ньюкомба и символического интеракционизма.

*Технократические подходы* к изучению коммуникации были обусловлены бурным ростом технических новаций и общим убыстрением научно-технического прогресса во второй половине XX в. После Второй мировой войны роль технических средств коммуникации в распространении знаний, культуры и формировании личности стала центральной темой и в теориях, разоблачающих отрицательные стороны массовой культуры, и в работах современных футурологов, предсказывающих наступление «технотронной эры» и «информационного общества».

Так возникли концепции технологического детерминизма, самой известной из которых является *теория информационного общества*, рассматривающая современные технические средства информации в качестве важнейшего стимула и источника социального развития. Один из основоположников этой теории Д. Белл полагал, что США и некоторые европейские страны становятся информационными обществами, основанными не на индустриальном производстве, а на новейших информационных технологиях и производстве нового знания. Явным признаком такой трансформации становится повышение значения высшего образования. Знание превращается в ключевой источник новшеств и основу социальной организации и техноструктуры.

По сути, это новый тип цивилизации, который характеризуется ускоренной автоматизацией и компьютеризацией процессов производства и управления, новыми техническими системами получения, переработки, передачи и хранения информации, интеллектуализацией производственной деятельности, информатизацией всех сфер общественной жизни, повышением качества жизни, изменением социальной структуры общества и т.д. Из-за возрастания роли знаний, информации и средств коммуникации такое общество называют информационным.

Очевидно, что новые системы связи, способные мгновенно передавать информацию практически в неограниченном объеме и на любое расстояние, кардинально меняют облик человечества, ведут к принципиально новому состоянию культуры и цивилизации.

Среди слабых сторон теории информационного общества, возможно, главной является необоснованная, т.е. фактически вера в цивилизующую мощь новых, в частности, информационных технологий. Эта краеугольная идея базируется на нерerefлектированной вере в прогресс. Прогресс же – это не объективный факт, а ценностная позиция. Как указывал в своем классическом труде М. Вебер, настоящая наука должна стремиться элиминировать ценностные суждения из своих построений или хотя бы их осознавать.

К технократическим может быть отнесена концепция теоретика коммуникационных технологий Г. М. Маклюэна. Её еще называют *культурологической теорией коммуникации*. Маклюэн в своих построениях исходил из идей своего учителя историка экономических структур Г. Инниса, который увидел в технологиях коммуникации формообразующую силу всякой культуры и причину эволюции общества.

Основным механизмом истории, согласно Маклюэну, является смена технологий, которую, в свою очередь, вызывает смена способа коммуникации. Маклюэн был убежден, что тип общества в значительной мере определяется господствующим в нем типом коммуникации, а человеческое восприятие – скоростью передачи информации. Исторические формы коммуникаций он уподоблял галактикам, которые могут встречаться, проходить одна через другую, менять свою конфигурацию.

До изобретения письменности человека окружала только устная речь. Мир, царивший за пределами тесной «аудиовселенной», можно было познать лишь интуитивно. Изобретение алфавита как активного коммуникативного средства вызвало «эксплозию»<sup>3</sup> - продолжающийся уже три тысячелетия взрыв механической технологии, фрагментарной письменной культуры, визуальное давление которой гипертрофировало глаз, переключало центр восприятия со слуха на зрение. Человечество вступило в механистическую эпоху, продолжающуюся по сей день. Как думал Маклюэн, детонатором «взрыва технологий» стало гусиное перо, а эпицентром взрыва можно считать изобретение печатного станка Г. Гуттенбергом. С тех пор начались процессы фрагментации общества и отчуждения человека: печатное слово позволило познавать мир индивидуально, вне коллективного сознания общины. Книга стала первым стандартно воспроизводимым товаром, т.е. первым продуктом массового производства.

В XX в. произошел новый переворот, связанный с электричеством. Маклюэн образно описывая его, писал, что электрическая цепь сокрушила время и пространство, погрузив каждого из нас в океан забот других людей. Она заново восстановила всеобщий диалог в глобальном масштабе.

---

<sup>3</sup> Термин введен Г. М. Маклюэном.

Возвращение к «племенному» восприятию мира на новом этапе, по Маклюэну, - безусловное благо, потому что таким образом люди вновь начнут ощущать себя единым целым, коллективом, в котором нет места изоляции, индивидуализму и подавлению меньшинств – результатам «тирании визуального восприятия».

Движущими силами новой коммуникативной революции стали электронные СМИ, прежде всего, телевидение. Как считал Маклюэн, именно телевидение позволило человеку вернуться в дописьменную общину, в глобальную деревню. Именно здесь информация становится доступна всем и получить её можно практически мгновенно. В этом мире человек уже не в состоянии строить свое восприятие как раньше – последовательно, шаг за шагом. Ему приходится учитывать сразу все факторы, а поскольку времени на их анализ нет – полагаться на интуицию, заморожено уставившись в мерцающий ящик («общинный костер»).

Возникает эффект «имплозии»<sup>4</sup> - «взрывного» сжатия пространства, времени, информации. В результате расширявшаяся на протяжении последних столетий «галактика Гуттенберга» переходит в фазу сжатия. Маклюэн говорит про этот эффект что на протяжении веков эры механизации мы расширяли возможности нашего тела в пространстве. Сегодня, по прошествии века электронных технологий, мы имеем возможность распространить на всю планету нашу центральную нервную систему, что приводит к отмене таких понятий, как пространство и время. И быстрыми темпами приближаемся к финальной стадии этого «распространения человеческого» - технологической имитации сознания, когда творческий процесс познания перестает быть вотчиной индивида и станет коллективным процессом.

Маклюэн полагал, что в результате электронно-коммуникативной революции человечество оказывается на пороге «раскрепощенного и беззаботного мира», в котором действительно может стать единой семьей. Вместе с тем он отмечал, что бурное развитие современных информационных технологий ведет к тому, что содержание коммуникации отступает на задний план, становится во многом случайным, ситуативным, а средства её осуществления приобретают нарастающие возможности манипулирования сознанием людей, «зомбирования».

Весьма влиятельной технократической концепцией является *математическая теория коммуникации*. Её создателем считается инженер и математик К. Шеннон (У. Уивер описал математическую теорию Шеннона нематематическим способом). Шеннон базируется на общей теории систем биолога Л. Фон Берталанфи.

Под системой понимается набор объектов, которые находятся во взаимосвязи друг с другом, формирующей целое. Различаются два типа систем. *Закрытая система*, которая не имеет обмена с окружающей средой, делающая шаги к внутреннему хаосу (энтропия) и смерти. *Открытая*

---

<sup>4</sup> Термин введен Г. М. Маклюэном.

*система*, обменивающаяся энергией с окружающей её средой, ориентированная на рост. Последняя заслуживает особого внимания, и в рамках системного подхода рассматриваются следующие ее характеристики: целостность (целое больше, чем сумма его частей, части находятся во взаимосвязи и не могут быть поняты отдельно), иерархия (каждая система состоит из множества подсистем, подсистемы могут образовывать суперсистему), саморегулирование и контроль (управление), изменение (адаптируемость, эквивинальность, достижение целей разными способами и от различных отправных точек), взаимообмен со средой, сбалансированность.

Теория систем основана на таких категориях, как *энтропия* (хаотичность, недостаток организации; неопределенность), *информация* (мера энтропии в ситуации; количество выборов или доступных альтернатив). *Негэнтропия* (определенность), единица информации – *бит*, используется для подсчета альтернатив, *избыточность* (степень предсказуемости ситуации и ее определенности).

Системный подход рассматривает коммуникацию как систему, в которой присутствуют: *источник, передатчик, канал, получатель, место назначения, шум*. Коммуникация означает, что источник информации выбирает желательное сообщение, передатчик кодирует сообщения в сигналы, а получатель расшифровывает сигналы в сообщения. Успех информационной передачи зависит от способности точно получить сообщение в месте назначения. Проблемами информационной передачи являются: избыточность (повторение, копирование информации), шум (любое искажение, которое возникает при передаче), обратная связь (корректирующая информация от получателя).

Категория обратной связи характеризует принцип построения системы информации, дающей возможность учитывать разницу между целью действия и ее результатом. Это позволяет оценивать текущее состояние управляемой подсистемы, а затем на основе полученных сведений выдавать корректирующие команды.

Математическая теория коммуникации (передача сообщений в технических системах связи) возникла в ходе обобщения работы К. Шеннона в индустрии связи. Она исходит из следующих посылок: сообщения (коды) поступают из источника через канал связи (с возможными помехами) в приемник информации. Эти сообщения изменяют систему знаний (тезаурус) приемника, уменьшая уровень его неопределенности, измеряемый энтропией. Среднее количество информации определяется уменьшением энтропии приемника в результате изменения его представлений о распределении вероятных состояний источника. При таком определении общее количество информации, содержащееся в отдельных, не связанных друг с другом сообщениях, получается путем суммирования количеств информации этих сообщений. Единица измерения информации задается средним количеством информации, содержащимся в сообщениях о том,

какое из двух равновероятных состояний реализовалось на самом деле, и называется «бит» (т.е. двоичный разряд).

На основе этой теории формулировались теории коммуникации в организациях, популярные в конце 1960-х – начале 1970-х гг., согласно которым коммуникация представлялась как деятельность, направленная на изготовление, передачу, сохранение информации в рамках различных организационных структур.

К *интеракционистским* можно отнести концепцию *этнометодологии*, инициированную американским социологом Г. Гарфинкелем. Этнометодология имеет непосредственную преемственность с символическим интеракционизмом. Главная особенность данной концепции – использование методологии этнографии и социальной антропологии в коммуникативистике и более того превращение их в общую методологию всех социальных наук.

Универсализируя методы этнографии и способы организации повседневной жизнедеятельности людей в примитивных культурах, этнометодология пытается увидеть в них основание социологического анализа и современной социальной жизни. Её предмет – процедуры интерпретации, скрытые, неосознаваемые, нерелективные механизмы социальной коммуникации между людьми. Причем формы социальной коммуникации не сводятся этнометодологами к речевой коммуникации, к повседневной речи.

Этнометодология понимает язык коммуникации более широко, включает в него не только вербальный язык, но и язык жестов, выразительных движений, ритуал, молчание.

Гофман И. предложил свой вариант интеракционистского подхода, акцентировав внимание на *драматургической* составляющей интеракции. Сам он назвал свою концепцию *анализом фреймов*. Исходной точкой его изысканий стало позиционирование тела в социальных столкновениях. Каждое взаимодействие индивидов Гоффман рассматривал как структурированную по определенным правилам ситуацию – фрейм. В каждом обществе, социуме складываются совершенно конкретные механизмы социальной коммуникации, укорененные в виде правил, норм, регулирующих взаимодействия между людьми. Эти правила определяют, когда уместно что-то сказать или, наоборот, промолчать, пошутить или уклониться от насмешки, деликатно прекратить разговор и т.д. Их нарушение существенно затрудняет коммуникацию, может даже привести к ее полному разрыву.

Эти правила общения создают сложную структуру связей и отношений, которая влияет на людей, заставляя их поступать так, а не иначе, т.е. структурные стереотипы имеют принудительный характер, воздействуют на людей независимо от того, какое значение люди им придают.

Гоффман подчеркивает, что люди сами создают ситуации общения, представляющие собой некий ритуал, действие, спектакль, где каждый выполняет определенную роль. В этом смысле театр можно представить как

аналогию повседневной жизни. Социальная деятельность представляется как «спектакль», в котором социальные акторы (субъекты действия) и исполняют и режиссируют свои роли, стремясь управлять передаваемыми другим впечатлениями. Цель акторов состоит в том, чтобы представить себя в целом в благоприятном свете способами, соответствующими специфическим ролям и социальным «установкам», физическим внешним атрибутам и отражающими особые роли или статус. Так что социальные акторы действуют как члены «трупп», стремясь сохранять «фасадные» и прятать «закулисные» социальные отношения. Поскольку им придется играть разные роли в различных ситуациях, они также при случае считают необходимым практиковать сегрегацию аудитории, скрывая другие выполняемые роли, которые, если бы стали видимыми, угрожали бы впечатлению, создаваемому в настоящий момент.

Модель интеракции, включаемая в драматургию, предполагает неизбежность частично подразумеваемого и неадекватно воспринимаемого действия. Следовательно, коммуникация – это случайный результат, всегда грозящий осложнениями и провалами на сцене, что в повседневной жизни отражено в выражении «выяснить отношения».

Критики гоффмановского подхода сосредотачиваются на «демонизации» акторов, якобы лишенных индивидуальных качеств, что приводит к изображению общения как «большого обмана». Хотя очевидно, что теория фреймов позволяет глубже и точнее понять многие механизмы и принципы социальной коммуникации.

В середине и второй половине XX в. стал очень популярным *интеракционистский культурологический подход* к изучению коммуникаций в различных обществах и организациях. Он имеет генетическую связь с этнометодологией и исследует общее и специфическое в коммуникациях представителей различных культур (обществ, организаций). Предметом особого внимания являются символические действия или ритуалы, которые члены общностей регулярно или иногда совершают. Так, в 1980-х гг. возникает *организационная теория ассимиляции* Ф. Джаблина, исследующая культурные поведенческие и познавательные процессы, благодаря которым лица присоединяются к организации и выходят из нее.

*Теория межкультурного содержания коммуникации*, разрабатываемая американским антропологом Э. Холлом, дает возможность уяснить культурные значения коммуникативных действий и соответствующее их выполнение, эффективность которых основана на признании принадлежности коммуникантов к определенной культурной среде.

В концепции Холла рассматриваются четыре расстояния коммуникации: близкое, персональное, социальное и публичное. *Близкое* расстояние (0-1,5 м) означает явное присутствие другого лица и может время от времени оказывать «давление» из-за очень интенсивных сенсорных воздействий. *Персональное* расстояние (1,5-4 м) оказывает разделяющее воздействие, но сохраняет возможность воспринимать визуально изменения в лице. *Социальное* расстояние (4-10 м) характерно для случайных общественных

мероприятий и оставляет возможность продолжать работать в присутствии другого лица без того, чтобы показаться невежливым. *Публичное* расстояние (10 м и более) характеризует места для общественного дискурса.

При этом анализе коммуникации используется понятие «социальная дистанция», которое характеризует степень близости или отчужденности социальных групп и лиц. Она не тождественна пространственной, географической дистанции, хотя может выражаться и в специфических формах расселения этнических групп, например, гетто, элит. Анализ социальной дистанции был впервые осуществлен Г. Зиммелем, Р. Парком, Э. Бёрджессом, Л. фон Визе.

Возрастание социальной дистанции между индивидом и социальным образованием является, по мнению Холла, критерием расчленения социальных образований на массу, группу и абстрактный коллектив. В изучении коммуникаций в малых группах была выявлена взаимозависимость между социальной дистанцией и взаимодействием, симпатиями и антипатиями лиц. Сплоченность группы тем выше, чем меньше социальная дистанция в ней.

*Интеракционный подход в социологии* дает большие возможности для исследования коммуникации, поскольку коммуникация представляется социальным обменом и социальным взаимодействием.

Социальное взаимодействие – центральное понятие ряда социологических теорий. В его основе лежит представление о том, что социальный актор, индивид или общество всегда находятся в физическом или мысленном окружении других действующих лиц и ведет себя соответственно этой социальной ситуации. Наиболее полную разработку проблема социального взаимодействия получила в *теориях социального обмена* – направлении в социологии, рассматривающем обмен различными типами деятельности как фундаментальную основу общественных отношений, на которой вырастают различные структурные образования (власть, статус, престиж, конформизм и т.д.).

Теоретические основы концепций социального обмена восходят к традиции утилитаризма И. Бентама и А. Смита, представители которой считали, что движущим мотивом человеческой деятельности является стремление к полезности и получение выгоды. Другим источником явились работы известных представителей социальной антропологии –

Б. Малиновского, Дж. Фрезера, М. Мосса, обнаруживших важную роль обменных сделок в жизни первобытных народов. В частности М. Мосс на большом этнографическом и историческом материале показал, что до развития товарных отношений универсальным средством обмена являлись взаимные дары, которые были формально добровольными, в действительности – строго обязательными. Малиновский Б. описал систему взаимного обмена на островах Меланезии – «круг кула». Некоторые группы племен на отдельных островах непрерывно обмениваются ритуальными («престижными») предметами, причем ожерелья циркулируют в одном направлении, а браслеты – в другом. Он наблюдал за длительными

церемониями, сопровождающими эту традицию и являющимися функционально необходимыми для стабильности группы общин. Именно так образуются интегративные образцы статуса и престижа, которые сравнимы с системой потлач на северо-западе Канады.

Исходной методологической посылкой теорий социального обмена стало представление о человеке как существе, стремящемся к максимальной выгоде с минимальными затратами. В современной социологии свою последовательную разработку эти теории нашли в исследованиях Д. Тибо и Г. Келли, Дж. Хоманса, П. Блау.

Хоманс Дж. исследовал социальное взаимодействие в терминах обмена действиями между «Деятелем» и «Другим» исходя из постулата, что в подобном взаимодействии каждая из сторон стремится максимизировать вознаграждение своих действий и минимизировать затраты. К числу важнейших вознаграждений он относит социальное одобрение. Взаимно вознаграждаемое социальное взаимодействие имеет тенденцию к регулярности и перерастает во взаимоотношения на основе системы взаимных ожиданий. Нарушение ожиданий одним из участников взаимодействия влечет за собой фрустрацию и агрессивную реакцию, в которой сама агрессивность становится средством получения удовлетворения. Для «Другого» вознаграждающим его поведение может стать избегание провоцирования агрессии.

Таким образом, каждый социальный деятель всегда находится в ситуации выбора как альтернативных вознаграждений, так и альтернативных способов получения одного и того же вознаграждения. Ситуация становится особенно сложной, если речь идет не о диаде, а о множестве действующих лиц. Тогда особую регулирующую роль начинают играть общепринятые нормы и ценности.

Согласно Д. Тибо и Г. Келли, межличностные отношения регулируются выгодами, которые получают от взаимодействия его участники, и сравнениями этих выгод с потерями. Эмпирическое исследование гипотез этой теории проводится с помощью матрицы исходов, заимствованной из математической теории игр. Наиболее известно применение этой матрицы в исследовании ситуации, получившей название «дилемма узника».

«Дилемма узника» - метод экономического анализа, лабораторный метод изучения конфликтных явлений в социальной и политической психологии, базирующийся на модели игр со смешанными мотивами (класс игр с ненулевой суммой) и заимствованной психологами из математической теории игр.

Суть любой игры со смешанными мотивами состоит в том, что каждый из игроков стремится сделать наиболее выгодный для себя выбор, исходя из матрицы возможных выигрышей (суммарный исход обоих участников отличен от нуля). При этом условно различают два вида контроля, которыми могут обладать участники игры, - безусловный и поведенческий. Считается, что игрок А обладает безусловным контролем над игроком В, если любой выбор А влияет на исход игры В независимо от его собственного выбора.

Соответственно игрок А обладает поведенческим контролем над игроком В, если, меняя свое поведение (выбор), А ставит В в такое положение, что последнему также выгодно изменить свое поведение (выбор). Такое разграничение условно в том смысле, что игроки могут обладать взаимным безусловным контролем. В этом случае посредством безусловного контроля осуществляется (инициируется) и поведенческий контроль.

Теоретик математической теории игр А. Теккер первым предложил матрицу и объяснил её на примере двух заключенных: заключенные помещаются прокурором в отдельные камеры и каждому предлагается сделать выбор – признать вину либо отвергнуть её. Одновременно прокурор сообщает условия и последствия выборов для каждого из заключенных: 1.) если оба не признают себя виновными, их обоих отпускают; 2.) если оба признают себя виновными, оба получают легкое наказание; 3.) если один признает себя виновным, а другой нет, то признавший вину будет отпущен и награжден, тогда как непризнавший будет сурово осужден.

Представление социальной коммуникации в виде матрицы возможных исходов в модели игр с ненулевой суммой, особенно модели «дилемма узника», оказалось весьма удобным инструментом для описания в абстрактной форме различных типов социальной взаимозависимости и лабораторного анализа многих факторов, детерминирующих динамику конфликта в диаде и групповых конфликтных процессов.

Социологический вариант концепций социального обмена, представляющий социальное взаимодействие как обмен активностью индивидов ради максимизации личных выгод, основан на следующих постулатах: индивиды всегда стремятся к максимизации личных выгод, что вытекает из эгоистической природы человека; вступая в отношения с другими людьми, индивид пытается соотнести издержки, возникающие в результате этих отношений, с возможными выгодами; группы увеличивают коллективные выгоды, ограничивая индивидов и добиваясь соблюдения «справедливых» отношений; индивиды, обнаруживающие свое участие в «несправедливых» отношениях, испытывают психологический дискомфорт; чем острее воспринимается несправедливость, тем сильнее дискомфорт и интенсивнее попытки восстановить «справедливые отношения»; человек, вступающий в отношения обмена с другим человеком, будет ожидать, что доходы каждого из них будут пропорциональны расходам: чем больше доходы, тем больше расходы.

Центральное место в этой теоретической системе занимает категория «справедливое отношение», определяемая как пропорциональность вкладов и результатов деятельности участников взаимодействия.

Теории социального обмена многое объясняют в человеческом поведении, основанном на принципе «целерациональности», однако они не могут ответить на вопрос о том, почему люди зачастую поступают вопреки своей очевидной выгоде.

Социальный контекст, в котором осуществляется коммуникация, находится в центре внимания *теории снижения неопределенности*,

предложенной Ч. Бергером в 1970-х гг. Эта теория подчеркивает взаимовлияния в межличностных коммуникациях и утверждает, что социальное следствие коммуникации сводится к снижению неопределенности. Выделяются уровни неопределенности, самый низкий из которых свойствен ритуалистическим и повседневным коммуникациям в силу высокого уровня их предсказуемости. Наоборот, уровень неопределенности высок там, где уровень предсказуемости низок.

Рассматриваются следующие типы неопределенности: неопределенность в предварительных условиях; целевая неопределенность; неопределенность плана; аффективная неустойчивость, изменение убеждений и т.д. Каждая из этих неопределенностей рождает коммуникативные проблемы.

В свою очередь неопределенность в предварительных условиях структурируется как неуверенность в возможности коммуникации из-за предполагаемых (реальных или мнимых) различий в сенсорных или лингвистических способностях партнеров. Вторая проблема состоит в неуверенности относительно цели конкретной коммуникации – достижение близости, получение ответа на беспокоящий вопрос, получение выгоды, сбор информации. Третья – неопределенность, связанная с планами или действиями, которые интерактанты используют для достижения своих целей, включающая иерархию планирования, изменение планов в ходе коммуникации – от их модификации до полного отказа от плана.

Эмоциональная неустойчивость заслуживает особого внимания. В теории коммуникации она рассматривается как аффективное действие, определяющей характеристикой которого является определенное эмоциональное состояние субъекта – захватившая его любовная страсть или ненависть, гнев или воодушевление, ужас или прилив отваги. Понятие «аффективное действие» было введено М. Вебером для определения выделенного им типа социального действия, который наряду с *целерациональным*, *ценностно-рациональным* и *традиционным* типами входит в веберовскую типологию деятельности. В отличие от целерационального поведения и подобно ценностно-рациональному аффективное действие имеет свой смысл не в достижении какой-либо «внешней цели», а в определенности (в данном случае чисто эмоциональной) самого этого поведения, его характера, одушевляющей его «страсти» (аффекта). Главное в таком действии – стремление к немедленному (или максимально быстрому) удовлетворению страсти, владеющей индивидом. По Веберу, такое поведение находится «на границе» осмысленного и сознательно ориентированного человеческого действия. Однако именно его «пограничный характер», обозначающий «предельный случай» реального человеческого поведения, который никак не может быть предложен в качестве общеобязательного образца, позволяет Веберу теоретически сконструировать соответствующий «идеальный тип» социального действия. Он фиксирует меру его минимальной осмысленности, за которой коммуникация перестает быть социальной, человеческой. Возникающая в этой связи неопределенность многопланова, она включает отношения между

партнерами коммуникации и каждого из них по отношению к контексту коммуникации.

Последняя проблема характеризуется как неуверенность в сходстве убеждений партнеров относительно внешнего мира, а также возможность смены убеждений без предварительного уведомления.

В связи с этим предлагаются следующие стратегии коммуникации: пассивный информационный поиск как ненавязчивый сбор информации относительно целей партнеров; активный – информационный поиск, предполагающий обращение к информации третьих лиц по поводу оценок целей коммуникации; диалоговый – информационный поиск, который сводится к требованию согласования целей коммуникации в процессе взаимодействия партнеров. Однако выделяются и ограничения в информационном поиске, к которым относятся личностные ограничения в обработке информации, нерелевантность собранной информации типу неуверенности, с помощью которой она должна быть снижена. Институциональные ограничения получения некоторых видов информации.

*Теория управления неопределенностью*, разрабатываемая

У. Гудикунстом на основе концепции Ч. Бергера, предполагает, что люди пытаются уменьшить неопределенность в начальных взаимодействиях с незнакомцами. Особое внимание обращается на два аспекта «неопределенности»: способность предсказания поведения других и объяснения их поведения. Обе эти способности находятся в прямой зависимости от таких характеристик незнакомых друг с другом партнеров по коммуникации, как их положительные ожидания; подобие внутригрупповых отношений и группового мышления между группами, к которым принадлежат незнакомцы; знание языка незнакомцев; способность незнакомцев к самоконтролю; познавательные способности и психологическая сложность незнакомцев...

Широкое распространение в социологии получила *теория социального (коммуникационного) поля*, согласно которой поведение личности или социальной группы является результатом взаимодействия сил, существующих в конкретной социальной ситуации. Этот метод объяснения социального поведения по аналогии с теорией поля в физике предполагает, что свойства любого события детерминированы его связями с системой событий, компонентом которой оно является, и изменение «здесь и теперь» зависит от изменений, непосредственно предшествующих во времени.

Понятие «поле» было заимствовано из физики гештальтпсихологами (К. Коффка, В. Кёлер) для обозначения в социальных науках совокупности сосуществующих факторов, которые имеют характер «динамического поля», определяющего тип поведения. Наиболее широко это понятие использовал К. Левин при изучении мотивации поведения личности. Согласно Левину, теория социального поля характеризуется скорее конструктивным, нежели классификационным подходом к общественным явлениям, акцентом на динамических аспектах ситуации, ее анализом как целого, попыткой математического представления поля. Однако это представление не вышло за

пределы формулы  $V=f(P,E)$ , где  $V$  – поведение,  $P$  – лицо, личность (её структура и опыт),  $E$  – среда, социальное и психологическое содержание конкретной ситуации. Взаимодействие «личностных сил» и «динамических сил» среды создают «жизненное пространство» индивида.

Крупным направлением в изучении коммуникации в XX в. стала *лингвистическая парадигма*. Её сторонники ставят в центр своего внимания проблему языка, понимаемого как: 1.) система символической коммуникации, т.е. коммуникации путем фонетических (и письменных) знаков, резко отличающая человеческие существа от всех остальных видов. Язык регулируется правилами и включает в себя множество условных знаков, которые имеют общее значение для всех членов лингвистической группы; 2.) знаковая практика, в которой и посредством которой человеческая личность формируется и становится социальным существом.

Лингвисты больше внимания уделяют формальным свойствам языка, в то время как социологов, социальных психологов, философов интересуют сложные и социально определенные правила, управляющие лингвистической деятельностью, отношение между языком, идеологией, знанием и социальной природой словесного общения. Социальные психологи обычно концентрируются на последнем факторе, а социологи – на изучении отношения между языком и такими нелингвистическими структурными механизмами, как класс и гендер. Известно, например, что различные формы социального отношения порождают разные формы лингвистических норм. Так, в процессе школьного обучения дети из семей рабочих часто находятся в невыгодном положении из-за употребления ограниченных лингвистических норм. Исследователи показали, что английские социальные классы проявляют дифференцированное использование речи и это предполагает тщательный выбор способа интерпретации, чтобы определить значения, преобладающие в данных социальных условиях.

Основателем современной *структурной лингвистики* считается швейцарский теоретик Ф. де Соссюр. Он также оказал большое влияние на *структурализм*, появившийся чуть позднее, чем структурная лингвистика.

Языкознание Соссюр относит в целом к ведению психологии, выделяя особую науку – семиологию, призванную изучать знаковые системы, наиболее важной из которых является язык. Внутри семиологии вычленяется лингвистика, занимающаяся языком как знаковой системой особого рода, наиболее сложной по своей организации. Далее проводится отграничение менее существенной для строгого анализа внешней лингвистики, описывающей географические, этнические, исторические и прочие внешние условия бытования языка, от более существенной для исследователя внутренней лингвистики, изучающей строение языкового механизма в его отвлечении от внешних факторов. Указывается на наибольшую близость письма к языку в кругу знаковых систем.

Внутренняя лингвистика расчленяется Соссюром на лингвистику языка и лингвистику речи. Причина такого разграничения состоит в том, что в реально наблюдаемом многообразии вербальных форм – «речевой

деятельности» - Соссюр выделяет такие разнокачественные явления, как *язык* и *речь*. Язык – это общее, надындивидуальное, устойчивое начало речевой деятельности. Речь представляет собой использование языка, она столь изменчива, что не поддается систематическому изучению. Поэтому лингвистика должна сосредоточиться на исследовании языка, а речь относится к области психологии. Оппозиция *речь – язык* и связанное с ней дисциплинарное разграничение определили мировоззрение не одного поколения лингвистов и психологов.

Наконец, лингвистика языка подразделялась на диахроническую лингвистику, отражающую соотношение фактов на оси времени, и более существенную для говорящего и для исследователя языка статическую, синхроническую лингвистику, исследующую отношения языковых элементов на оси одновременности. Диахроническая лингвистика подверглась делению на проспективную и ретроспективную. Было проведено отождествление синхронического подхода с грамматикой и диахронического с фонетикой.

Соссюр положил в основу исследования языка понятие знака, которое стало в дальнейшем общенаучным. Знак – это двуединство *означающего* и *означаемого*, т.е. термина (его звуковой или письменной формы) и обозначаемого им понятия (идеи). Означающее – внешняя, чувственно воспринимаемая сторона знака. Означаемое – определенное мыслительное содержание. Они неразрывно связаны и предполагают друг друга. Их взаимосвязь создает *значение* знака. Знаки скоординированы между собой и в совокупности образуют систему. Язык – это знаковая система, в основе которой лежит универсальный принцип: каждый знак имеет свои «дифференциальные признаки», отличающие его от любого другого элемента системы. Одна грамматическая форма отлична от другой (побежал, побегу, побежит), одно слово – от другого, даже близкого по звучанию (кот, рот, бот). Означающее, – определяется сквозной системой фонетических различий – фонетическими дифференциальными признаками, создающими уникальность звучания. Означаемое занимает определенное место в общей понятийной сетке, отличаясь от других понятий набором семантических дифференциальных признаков. В результате формируется целостная знаковая система языка, изучением и описанием которой должна заниматься лингвистика.

Соссюр заложил фундамент теоретической лингвистики, хотя мимо его научного интереса прошли вопросы синтаксиса и прагматики, которые восполнили другие ученые, в частности, Н. Хомский и Р. Якобсон.

Якобсон Р. попытался разрешить проблемы, которые были оставлены Соссюром при построении теоретической лингвистики. Его идеи оказали громадное влияние на формирование современного структурализма. Подход Якобсона базировался на «структурном анализе», в котором «форма» отделялась от «содержания». Главным предметом его интереса стала фонология (т.е. звуковые системы языка). Анализируя звуки, Якобсон обнаружил наличие сравнительно простых наборов двоичных контрастов,

которые лежат в основе человеческой речи. В целом же в анализе языков и человеческих знаковых систем Якобсон предположил существование «структурных инвариантов» и «поверхностно» очевидных различий между культурами. Неслучайно большое влияние, которое оказал Р. Якобсон на творчество К. Леви-Строса и Н. Хомского, являвшихся его коллегами в Нью-Йорке.

Сапир Э. и его ученик Б. Л. Уорф выдвинули гипотезу *лингвистического релятивизма*, согласно которой наш язык построен на множественном человеческом восприятии мира. Например, у первобытных или «примитивных» народов существует масса слов, для обозначения какого-то одного явления, что демонстрирует их гармонию с окружающей средой. Или отсутствие в их языке класса общих понятий, который связан с развитием теоретизации в культуре и отражением этого в естественных языках.

Хотя гипотеза Сапира-Уорфа в данный момент большинством ученых не поддерживается, дебаты относительно того, где заканчивается язык и начинаются материальная культура и социальная структура, все еще продолжаются.

Как нетрудно заметить теория Соссюра и Якобсона отличается сильным психологизмом. Однако если многие теоретики в лингвистике были преданы бихевиористскому направлению (например, Л. Блумфилд), то Р. Якобсон являлся в методологическом смысле приверженцем рационализма, выделяя скорее врожденные когнитивные универсальные структуры, чем обучение языку путем интеракции с окружающей социальной средой, стимула и реакции. После работ Н. Хомского именно рационализм Якобсона одержал победу в лингвистике в целом.

*Семиология* или *семиотика* – общая наука о знаках – занимает в изучении языка неотъемлемое место. Хотя ряду семиологических вопросов посвятил свои исследования Соссюр; ведущим представителем данного направления считается Р. Барт.

Хотя впервые теорией знаков занялись Пирс и позднее Соссюр, только в середине 1960-х гг. она получила законченное развитие в исследованиях средств массовой информации и культурологических исследованиях. Ключевыми понятиями семиологии являются «вещь», «слово» или «картина» и «умственная картина» или «значение», на которое указывает «вещь», «слово». Знак выступает в качестве связи или отношения, установленного между ними. Некоторые отношения могут быть достаточно открытыми (изобразительными), а другие – иметь довольно произвольный характер.

Семиология привлекает внимание к наслоениям значений, которые можно реализовать в простой совокупности изображений. Барт полагал, что знаки сообщают скрытые, а также открытые значения, выражая нравственные ценности и пробуждая чувства или отношения в зрителе. Таким образом, знаки составляют сложные коды коммуникации. Сложность обусловлена во многом процессом, суть которого – преобразование значения объектов или символов посредством нового использования или нестандартных переделок несвязанных вещей.

Видное место в области методологии языка занимает Н. Хомский, американский лингвист, чьи основные идеи в теории языка связаны с его синтаксисом и прагматикой. Важнейший вклад Хомского – создание трансформационной грамматики.

Любая фраза содержит «глубинную структурную» информацию вместе с набором «поверхностных структур». Хомский проводит различие между значением сообщения (глубинной структурой) и формой, в которой оно выражено (поверхностная структура). Пример первого «Иван дал книгу Петру». В поверхностной структуре это может быть выражено как «Петр получил книгу от Ивана» или «книга была дана Петру Иваном». Такие грамматические изменения вызваны трансформационной грамматикой, т.е. изменениями синтаксиса, но не семантики.

Хомский выделял фонологические и семантические компоненты, получившие выражение в проблеме «компетентность и исполнение», которая связана с различием между способностью использовать язык (компетентностью) и фактически произносимыми речами (исполнение). «Компетентность» более определенно описывает лингвистическое знание и грамматику, необходимые для понимания речи на своем языке, а «исполнение» – особую манеру произнесения речи. По Хомскому, лингвистическая компетентность у человека является врожденной и выражается в универсалиях грамматической глубинной структуры. Доказательством врожденности фундаментальных грамматических структур является скорость и точность, с которой дети овладевают структурами языка. Таким образом, утверждает Хомский, это опровергает точку зрения бихевиористов, которые считали, что язык просто изучается, а его правила схватываются индуктивно. При изучении языка, естественно могут быть индивидуальные отличия, но общие черты структуры и усвоения языка рассматриваются в качестве универсальных.

Правда новейшие исследования этологов опровергли этот тезис Хомского, хотя и не подтвердили умозаключения бихевиористов. Выяснилось, что у человека, как впрочем, и у любого другого животного, существует два механизма научения. Первый, который привычен людям, связан с изучением чего-то, запоминанием и повторением. Второй – работает у людей в первые 5 – 7 лет жизни индивида (у животного – намного меньше, в этом и состоит разница). Механизм получил название импринтинга. Суть работы этого механизма заключается в том, что все, что видит, слышит или вообще соприкасается с ребенком «впечатывается» в его память без каких-либо его усилий. Биологической основой импринтинга являются формирующиеся в это время структуры головного мозга ребенка. Самое удивительное заключается в том, что если в это время с ребенком будут говорить на двух языках (или он будет окружен второй языковой средой) он совершенно безболезненно освоит два этих языка. Причем освоение грамматической, семантической, синтаксической, прагматической структур двух языков будут происходить параллельно.

Особый раздел коммуникативистики – *теории массовой коммуникации*. Бурное развитие средств массовой коммуникации в XX в. обусловило пристальный интерес ученых к всестороннему исследованию их деятельности. Изучение массовой коммуникации первоначально развивается как часть общесоциологической теории или макросоциологии. Американские социологи Р.Э. Парк, Ч.Х. Кули, У. Липпман трактовали массовые коммуникации как общение членов массы – «коллективной группировки», возникающей на волне индустриализации и урбанизации. Массовые коммуникации рассматриваются как общение индивидов в пределах большого города, страны и даже мира в целом, когда они оказываются вырванными из привычных условий взаимодействия и действуют независимо от социальных ролей, определяемых их положением в обществе. Активно изучаются социальные функции массовой коммуникации.

В анализе средств массовой коммуникации особую роль занимает телевидение, ставшее наиболее существенным культурным явлением XX в. Общей тенденцией современного мира стало растущее влияние телевидения как наиболее привлекательного средства получения информации и относительное ослабление воздействия на население печатной продукции и радиопередач.

В анализе телевидения видное место занимает критика, обвиняющая его в формировании всевозможных видов нежелательного коммуникативного поведения. Так, нередко высказывается сожаление по поводу снижения культурного значения типографии и превращения телевидения в средство, вызывающее приятное состояние эйфории, но истощающее творческие способности. Многие специалисты (например, представители Франкфуртской школы) соглашались с тем, что телевидение, как впрочем и другие средства массовой коммуникации, в политическом отношении являются успокоительным средством и обеспечивает сохранение статус-кво.

Большой вклад в эти исследования внесла Анненбергская школа коммуникативистики, созданная при Пенсильванском университете в 1959 г. и возглавляемая профессором этого университета Дж. Гербнером. Школа ставила своей целью изучение СМИ, их роль в коммуникативном процессе, влияние на массовую аудиторию, на формирование культурных стереотипов общества.

Анализируя деятельность средств массовой коммуникации, в первую очередь телевидения, специалисты Анненбергской школы выделили две их ключевые и связанные друг с другом функции – *социальной интеграции* и *социализации*. Выполняя эти функции, массмедиа выступают в качестве средства сохранения целостности сложившихся общественных отношений и структур. Внедряя в массовое сознание определенные культурные стереотипы и целенаправленно формируя определенный тип личности, они тем самым способствуют закреплению и сохранению сложившейся системы общественных связей. Раньше эти функции выполняли мифология, фольклор, религия, в настоящее время они главным образом возложены на телевидение,

вводящее массового зрителя в мир особой условной культуры с ее представлениями о жизненных ценностях и порядках.

В исследованиях Анненбергской школы выявлены и негативные стороны деятельности электронных СМИ. В первую очередь подчеркивается, что массивное и всеохватывающее воздействие медийных средств создает массовую аудиторию со стандартным потребительским видением мира и образом жизни, какой не могло быть в доэлектронную эру. При этом они ориентируют аудиторию не столько на творческую развивающую деятельность, сколько на потребительско-развлекательные стандарты, нивелирующие личность, делающие ее маловосприимчивой ко всему оригинальному, неординарному, требующему интеллектуальных усилий. Более того, мотивы насилия, ставшие неотъемлемой частью современной телекультуры, по мнению специалистов, с одной стороны, разлагают общественные нравы, порождают агрессивность, а, с другой, – вызывают чувство страха, которое, по мнению специалистов, может оказаться даже более опасным, чем агрессия.

Существующие концепции места и роли массовой коммуникации в обществе многообразны. Открывает историю исследования массовой коммуникации *теория волшебной пули* или *шприца*, окончательно сформировавшаяся в 1930-е гг. Согласно ей, те, кто управляет средствами массовой информации, управляют обществом, поскольку СМИ имеют прямое, непосредственное и мощное воздействие на тех, кто обращает внимание на их содержание. Воздействие СМИ на людей подобно пуле или действию шприца, впрыскивающего сильнодействующее средство в организм человека. Возрастные, демографические, культурные особенности не оказывают никакого модифицирующего воздействия на восприятие аудиторией передаваемых сообщений. В соответствии с *теорией аккумуляции* сила и эффективность воздействия СМИ на людей прямо пропорциональны частоте информационных «инъекций».

С 1920-х гг. теории массовой коммуникации начинают испытывать все большее влияние эмпирических исследований. В борьбе за массовые аудитории точное знание их реакции на сообщения СМИ оказывается необходимым инструментом торговой и политической конкуренции, что выражается в исследованиях, с позиций которых строятся и теории массовой коммуникации. Сложился методический арсенал исследований массовой коммуникации: разрабатывались процедуры массового выборочного опроса и панельного исследования аудитории (П. Лазарсфельд), контент-анализа (Г. Лассуэлл и Б. Берельсон), лабораторных экспериментов (К. Левин и К. Ховленд). В этих исследованиях эффективность коммуникации рассматривалась как прямое следствие единичного или повторяющегося пропагандистского воздействия и выяснились факторы, усиливающие или ослабляющие его.

Новый этап в развитии теорий массовой коммуникации связан с осознанием того, что представления, согласно которым влияние средств

массовой информации определяется их прямым воздействием на аудиторию, носят упрощенный характер.

На этом этапе, во-первых, была выдвинута *теория селективной экспозиции*, которая утверждала, что аудиторию нельзя представлять как послушную массу, некритически воспринимающую любую информацию. Каждый человек (как личность, как индивидуальность) имеет собственные вкусы, предпочтения и интересы, в соответствии с которыми осуществляет выборочное потребление информации, предлагаемой СМИ.

Во-вторых, в 1940 г. П. Лазарсфельдом, Б. Берельсоном и Г. Годэ было установлено наличие *двухступенчатого потока информации* и была выдвинута нашедшая эмпирическое подтверждение гипотеза о том, что сообщение, посланное аудитории, достигает сначала «лидера мнения» (наиболее авторитетного члена группы) внутри группы, а затем уже через него других членов данной группы. Это означало, что идеи часто распространяются от средств массовой коммуникации к «лидерам мнения», в большинстве своем неформальным, а от них – к их менее активным последователям. Таким образом, вопреки теории массового общества, была высказана идея о том, что в плюралистическом обществе поток массовых коммуникаций опосредуется деятельностью лидеров, формирующих мнение, которые действуют как «привратники» в таком «двухступенчатом» потоке.

Тезис о двухступенчатом потоке коммуникации положил начало большому количеству экспериментов в области исследования межличностных отношений, начиная с изучения фермеров, выращивающих новые сорта кукурузы, и кончая поведением врачей, выписывающих лекарства (в частности, изучалось, каким образом до фермеров доходили сведения о новых сортах, а до врачей – о новых лекарствах). «Лидеры мнения» в социологии стали рассматриваться как связующее звено между средствами массовой коммуникации и массой, нуждающейся в ориентации. Последующие исследования привели к модификации данной теории и созданию концепции многоступенчатого потока информации, так как выяснилось, что «лидеры мнений» имеют, в свою очередь, собственных «лидеров мнений» и обращаются к ним за информацией.

В 1970-х гг. немецкой исследовательницей Э. Ноэлль-Нойманн была предложена теория *«спирали молчания»*. Эта теория интерпретировала феномен «парадокса голосования», когда многие не участвуют в выборах (либо голосуют за того, кто, как им кажется, является фаворитом выборной кампании), поскольку полагают, что их «голос» не является решающим. Так и в массовых коммуникациях: «популярным экспрессом» новостей и мнений становятся те, кто полагает, что они таковыми являются, в то время как другие, не имеющие подобного предубеждения, «отмалчиваются». В такого рода ситуации возникают угрозы изоляции друг от друга общественного мнения и «политического класса». Поэтому возрастает роль СМИ как связующего их звена.

В 1960-е – 1970-х гг. формируется *теория диффузии инноваций*, предложенная Э. Роджерсом. Её исходной задачей было выявление

зависимости массовой коммуникации от более широкого социального окружения. Данная теория оказалась исключительно эффективным инструментом в антропологии, социологии, политических исследованиях, маркетинге.

Диффузия понимается как процесс, при котором новшество распространяется в обществе через коммуникационные каналы в течение определенного времени. Распространение инноваций может носить запланированный или самопроизвольный характер; в любом случае оно приводит к социальным изменениям (изменениям в структуре и функциях социальной системы). Эффективный инструмент распространения инноваций – СМИ.

Категория «инновации» многопланова: это и идея, объект, цель, практика, которые восприняты как новые; часто «технологическое новшество» - оборудование, программное обеспечение и т.д.

Предположение о «диффузии» ставит серьезные проблемы, особенно перед теориями однолинейных изменений, согласно которым индивидуальные единицы развиваются эндогенно – через последовательный ряд стадий благодаря внутренним механизмам саморазвития. Одновременно неверно предполагать, что любой образец культуры и социума совместим с другими, ибо для этого пришлось бы допустить полное отсутствие внутренней связи у отдельно взятых культур и обществ.

Понятие «диффузии» также связано с дискуссиями вокруг теорий межкультурных контактов. Подобная диффузия уже насчитывает столетия, и вместе с её положительными следствиями в межкультурных контактах фиксируются явные недостатки в виде подавления, а в некоторых случаях и уничтожения уникальных культур.

Большинство математических значений термина содержит сходство между моделями социальной диффузии и эпидемиологии. Так, последовательная модель распространения инфекционной болезни выглядит следующим образом: поначалу инфекция распространяется медленно и с небольшим числом затронутых ею людей, затем быстрее по мере передачи от больных здоровым, но потом замедляется, ибо уменьшается число новых людей, способных заразиться. Однако хотя математические модели разъясняют многое, они служат скорее «эвристическими приемами». Одна из причин заключается в том, что индивиды и группы зачастую сознательно противятся изменению, а диффузия редко происходит в форме пассивной имитации.

*Теория культивирования* возникла на основе научно-исследовательской работы Дж. Гербнера и его коллег из Анненбергской школы в области «культурных индикаторов» в середине 1960-х гг. Центральное место среди этих индикаторов занимали СМИ и в первую очередь телевидение. Массмедиа в целом рассматривались как средства, культивирующие (укрепляющие) установки и ценности, которые уже существуют в культуре. Согласно выдвинутой гипотезе, телевидение рассматривалось как средство, нацеленное на долгосрочный эффект, составленный из небольших,

постепенных, косвенных эффектов, накапливающихся и приводящих к существенному изменению своего значения. Телевидение признавалось агентом гомогенизации в культуре, опережающей по эффективности другие способы и средства информации.

Согласно теории, телевидение не является ни окном в мир, ни отражением мира, а органически самостоятельным миром, к которому зрители обращаются регулярно, но относятся к нему неразборчиво. Оно же формирует определенный образ мира – такой, в котором преувеличены опасности и вражда, хотя этот образ различается у зрителей, обращающихся к телевидению регулярно или периодически.

Основные средства анализа сводились к корреляции данных, полученных путем контент-анализа (идентифицирующего преобладающие изображения на телеэкране), с данными исследований аудитории (чтобы оценить влияния таких образов на установки зрителей), а также к сравнению ответов постоянных и нечастых зрителей для установления «дифференциации культивирования». В результате исследований было выявлено, что постоянные зрители «мыльных опер» в большей степени, чем случайные, склонны переоценивать количество проблемных браков, заканчивающихся разводами, а также число женщин, сделавших аборт; у постоянных зрителей (особенно молодых) формируются более отрицательные представления относительно старших людей, чем у нерегулярных зрителей. Кроме того, был зафиксирован «эффект резонанса»: во-первых, сильнее всего оказывается воздействие на постоянных зрителей в высококриминализованных ареалах городов, формирующее их маловосприимчивое отношение к насилию; во-вторых, повседневное поведение зрителей конгруэнтно тем образам, которые представлены в телевизионном мире.

Теория культивации подверглась критике за то, что она сосредоточивается на количественном анализе и не учитывает различий зрительской интерпретации телевизионных фактов: многие исследователи не находили твердых доказательств взаимосвязи между количеством телепросмотров и установками зрителей относительно социальной действительности.

Исследования с помощью дискурс-анализа привели к большему акценту на роли зрителя. Согласно Дж. Фишке, телевидение вовлекает зрителей в активное формирование значения, втягивает их текстом программы в интерпретативную деятельность, формирующую дискурс.

*Теория информационных барьеров* разрабатывалась социальным психологом К. Левином, предложившим новый термин – «контролер», «привратник». Теория носит преимущественно прикладной характер и может быть отнесена к процессам выбора новостей. В ее основе лежит предположение, что прохождение информации по некоторым каналам коммуникации зависит от наличия в них «ворот» (некий аналог цензуры), которые в свою очередь управляются некими «привратниками».

Это предположение также нашло свое отражение в *теории искажения новостей*, первоначально сформулированной У. Липпманом, согласно которой общественность откликается не на фактические события в окружающем мире, а на события в псевдомире, так как изображения внешнего мира в человеческом сознании, ошибки и ограниченность журналистов создают ложный образ мира.

Вслед за этим была выдвинута *теория урегулирования повестки дня*, популяризовавшаяся М. Маккомбсом и Д. Шоу, согласно которой средства массовой коммуникации не столько заставляют людей думать, сколько формируют их отношение к событиям. В связи с этим выдвигается такая категория, как «повестка дня» - проблемы или события, которые своевременно оцениваются по степени их важности. Повестка дня носит запрограммированно-выборочный характер, поскольку и темы, и проблемы, прежде чем они станут достоянием массовой аудитории, подвергаются тщательному отсеку и распределяются в соответствии с той степенью значимости в информационном пространстве, которая им предназначается самими СМИ.

Выделяются такие разновидности повестки дня, как *урегулирующая*, когда средства массовой коммуникации влияют на общественное мнение, и *выстраивающая*, когда общественное мнение и средства массовой информации влияют на повестку дня официальной политики. В любом случае массмедиа отводится активная роль, аудитории – роль пассивного приемника информации.

*Теория обретения пользы и удовлетворения*, представленная в конце 1950-х гг. Дж. Бламлером и Э. Кацем, достаточно близкая теории селективной экспозиции, утверждала, что зрители отнюдь не пассивно воспринимают сообщения СМИ. Члены аудитории, согласно данной теории, являются активными отборщиками сообщений, ориентируемыми своими целями, потребностями, интересами, ценностными ориентациями. Активность потребителя информации обусловлена также внешними обстоятельствами, к которым в первую очередь относится конкуренция средств массовой коммуникации.

Мотивация активности включает полезность. Массовые коммуникации являются составным элементом общественной жизни, выполняя такие функции, как удовлетворение познавательного побуждения, информационного поиска, обособления, оказание помощи в проведении досуга, управлении распорядком дня.

Этот подход вызвал критические оценки за недостаточность теоретичности и последовательности, ведущей к односторонней оценке средств массовой коммуникации без учета негативных последствий их функционирования.

*Теория зависимости*, сформулированная С. Болл-Рокеш и М. де Флер, в определенной мере преодолевала подобную односторонность, характеризуя комплекс отношений между реципиентами, средствами информации и социальной системой. Данная теория показывает наличие сложной системы

взаимодействий между средствами информации, их аудиторией и обществом в целом, а также устанавливает существование сильной зависимости потребностей и целей людей от деятельности СМИ. В итоге были достигнуты такие познавательные результаты, как объяснение процесса формирования отношения человека к происходящим событиям и формирования его убеждений, согласование индивидуальных и общественных норм и ценностей, урегулирование повестки дня, укрепление системы информационного влияния, разъяснение значений передаваемых и воспринимаемых сообщений и др.

Всестороннее изучение коммуникации не может представлять ничего иного, кроме рассмотрения концепций и утверждений разного уровня обобщения, которые помогают описывать, объяснять, оценивать, предсказывать и управлять событиями коммуникации.

### Тема 3. Коммуникативные процессы

В самом общем виде коммуникативный процесс можно описать следующим образом: *отправитель* (источник), цель которого заключается в том, чтобы оказать то или иное воздействие на *получателя*, передает определенное *сообщение*. Сообщение может быть *закодированно* с помощью вербальных (невербальных) знаков, символов, содержащих те или иные *смыслы*. Получателю для понимания смысла передаваемого сообщения необходимо его *раскодировать* (декодировать). Коммуникация предполагает и *обратную связь*, благодаря которой отправитель убеждается, что сообщение дошло до адресата и соответствующим образом проинтерпретировано. В этом процессе может быть выделено несколько элементов.

*Источник (отправитель) сообщения.* В качестве источника могут выступать отдельные индивиды, группы людей, общественные институты (государственные учреждения, политические партии, общественные организации, фирмы). В последнем случае мы имеем дело с определенной абстракцией, ведь конечным отправителем и получателем всегда является единичный человек. В тоже время в юриспруденции, политике, бизнесе, образовании и других общественных сферах коммуникации довольно часто ответственным отправителем является коллегиальный, или институционализированный отправитель.

Источник является инициатором коммуникативного процесса, который начинается только тогда, когда у отправителя возникает потребность в создании и передаче какого-либо сообщения. Следует иметь в виду, что создатель сообщения не всегда выступает в роли коммуникатора, непосредственно это сообщение передающего. Особенно это характерно для массовой коммуникации. Так, рекламные радиоролики создаются не самими радиожурналистами, а в агентствах, специализирующихся на производстве рекламы. Работники радио их лишь транслируют в эфир. Но и рекламные

агентства лишь реализуют идеи, высказанные рекламодателями. Таким образом, радиостанция выступает в данном случае в качестве не источника, а коммуникатора.

Отправитель (источник) пытается заранее определить, какого рода впечатление должно сложиться у получателя от переданного сообщения, т.е. как информация будет воспринята и интерпретирована получателем. При этом нет гарантии, что получатель поймет отправителя так, как хотел бы последний. Результат интерпретации зависит от многих факторов, среди которых наиболее важными являются такие характеристики источника, как его статус, надежность и квалификация. Они оказывают наибольшее влияние и на степень доверия аудитории к информации, и на длительность воздействия информации на аудиторию. Предполагается, что получатель должен понимать, что ему отправлено сообщение, и знать, кем оно отправлено. Это в свою очередь означает, надежность отправителя, степень которой влияет на то, какое внимание будет уделено сообщению в месте его приема. Если доверие высокое, то получатели уделят сообщению должное внимание и поверят ему.

Доверие к отправителю сообщения имеет огромное значение в рекламе и маркетинговых коммуникациях. Именно поэтому в телерекламе характеристики предлагаемых товаров или услуг часто даются специалистами в соответствующих областях. Хорошо известный ученый скорее будет восприниматься как специалист и как честный человек, чем неизвестное лицо. То же касается представителей фирм с высокой репутацией. Популярные актеры скорее понравятся аудитории как отправители сообщений, нежели вызовут у нее негативную реакцию. Очевидно, отправитель, вызывающий доверие, в большей мере влияет на мнение аудитории, чем отправитель, сообщения которого воспринимаются скептически.

Немаловажными факторами, влияющими на процесс коммуникации, на силу воздействия сообщения на аудиторию и его интерпретацию, выступают *общая ситуация* (благоприятная, неблагоприятная или нейтральная), *тема сообщения*, *время* его обнародования, а также *способ представления* (кодирования) сообщения.

*Кодирование и декодирование.* Цели кодирования – доведение замысла (идеи) отправителя до получателя. Обеспечение такой интерпретации сообщения получателем, которая адекватна замыслу отправителя. Иными словами, получатель должен воспринять смысл сообщения именно таким, какой был вложен его отправителем. Для этого используются системы кодов – символов и знаков, одинаково интерпретируемых обеими сторонами.

В литературе по коммуникативистике нет однозначной трактовки понятия «код». Многие авторы (Р. Бландел, В. Г. Королько, А. П. Панфилова) понимают коды в самом широком плане – как любую форму представления информации (идеи, сообщения) или как набор однозначных правил, посредством которых сообщение может быть представлено в той или иной форме. Человеческая речь при таком понимании также представляет собой

один из кодов. Это означает, что в результате кодирования сообщение превращается в последовательность произносимых слов.

Встречается и более узкое – «техническое» - понимание термина «код». Оно сложилось в технических науках под влиянием «математической теории связи (коммуникации)» и использования технических средств коммуникации. Один из исследователей – К. Черри – предлагает именно такое понимание: «Сообщения могут быть закодированы после того, как они уже выражены посредством знаков (например, букв английского алфавита); следовательно, код – это условное преобразование, обычно взаимно однозначное и обратимое, с помощью которого сообщения могут быть преобразованы из одной системы знаков в другую. Типичными примерами здесь могут служить азбука Морзе, семафорный код и жесты глухонемых. Поэтому в принятой нами терминологии четко различаются язык, органически развивавшийся на протяжении длительного времени, и коды, которые изобретены для некоторых специальных целей и подчиняются четко сформулированным правилам».<sup>5</sup>

В коммуникативистике *под кодированием часто понимают соответствующую переработку исходной идеи сообщения с целью ее доведения до адресата.* Например, политическая программа партии может быть представлена в виде брошюр, в виде листовок, распространяемых в период избирательной кампании в публичных местах, в виде передовиц в партийной прессе, коротких рекламных роликов на радио и телевидении, пресс-конференций и т.д. Для каждого из перечисленных случаев характерна особая форма представления информации, использования языка и других коммуникативных средств доведения сообщения до адресата. И всякий раз конкретный кодировщик (профессиональный политик, ученый-политолог, пресс-секретарь, редактор, спичрайтер и т.д.) будет перерабатывать исходную идею, внося в нее что-то свое, субъективное, способствующее, по его замыслу, более эффективной коммуникации.

*Декодирование* – в техническом смысле – это обратный процесс перевода закодированного сообщения на язык, понятный получателю. В более широком плане это: *процесс придания определенного смысла полученным сигналам; процесс выявления первоначального замысла, исходной идеи отправителя, понимания смысла его сообщения.* Если смысл сообщения будет адекватно расшифрован получателем, то его реакция будет именно такой, какую и стремился вызвать отправитель (источник) сообщения.

То, как получатель расшифрует сообщение, в значительной мере зависит от индивидуальных особенностей восприятия информации, присущих каждому человеку. Учет индивидуальных особенностей восприятия – ключ к эффективной коммуникации, а каждому человеку в большей или меньшей степени свойственны предвзятость, субъективность оценок, поэтому невозможно найти двух людей, абсолютно одинаково воспринявших сообщение.

---

<sup>5</sup> Черри К. Человек и информация. М., 1972., с. 29.

В современной коммуникативистике широкую известность получила модель кодирования/декодирования С. Холла. Холл подчеркивает, что любое медиа-сообщение проходит на своем пути от источника до получателя (интерпретатора) ряд трансформационных стадий.

Теория Холла базируется на фундаментальных принципах семиотики и структурализма, предполагающих, что любое смысловое «сообщение» конструируется из знаков, которые могут иметь явные (денотативные) и подразумеваемые (коннотативные) смыслы в зависимости от выбора, который делает «кодировщик». Главное положение семиотики заключается в том, что разнообразие смыслов очень сильно зависит от природы языка и от значений, заключенных в комбинациях знаков и символов в рамках культуры, которой принадлежат и отправитель (кодировщик), и получатель (декодировщик). Семиотика подчеркивает семантическую силу закодированного текста и рассматривает смысл, который прочно внедрен в текст.

Холл, принимая основные положения этого подхода, вносит в него некоторые дополнения. Во-первых, коммуникаторы часто предпочитают кодировать сообщения с идеологическими целями. Для этого манипулируют языком и медиа (сообщениям придается «предпочтительный» смысл или, как теперь говорят, «спин»). Во-вторых, получатели не обязаны принимать или декодировать сообщения такими, какими они отправлены, но могут сопротивляться, и сопротивляются идеологическому влиянию, применяя альтернативные оценки в соответствии со своим опытом и взглядами на вещи.

Стадии, которые проходит сообщение на пути к получателю, в принципе просты. Коммуникация инициируется медиа-институтами, которые передают сообщения, конформные или оппозиционные по отношению к доминирующим структурам власти. Эти сообщения кодируются, часто в форме устоявшихся содержательных жанров («новости», «спорт», «мыльная опера», «ток-шоу», «поп-музыка», «детективный сериал»), имеющих очевидный смысл и встроенные руководства для их интерпретации аудиторией. Зритель подходит к содержанию, предлагаемому СМИ, с другими «смысловыми структурами», которые коренятся в его собственных идеях и опыте.

Различные группы людей (или субкультуры) занимают разные социальные и культурные пространства и по-разному воспринимают сообщения медиа. Общий вывод Холла заключается в том, что декодированный смысл не обязательно (или не всегда) совпадает с тем смыслом, который был закодирован, хотя он опосредуется уже сложившимися медиа-жанрами и общей языковой системой. Однако важнее то, что декодирование может принимать направление, отличное от предполагаемого: получатели могут читать «между строк» и даже «переворачивать» изначальный смысл сообщения.

Теория Холла содержит ряд принципиальных положений: многообразие смыслов, заложенных в тексте; первичность получателя в определении смысла; наличие различных «интерпретативных» сообществ.

*Сообщение – это уже осмысленная и соответствующим образом (с помощью языка или других знаковых систем) закодированная информация.* Сообщение может быть передано при личной беседе, в ходе выступления перед аудиторией, с помощью прессы, радио, телевидения, электронной почты, блога и т.д. Содержание сообщений составляют какие-либо сведения, факты, аргументы, выводы, мнения, идеи, размышления, эмоции и т.д.

Обычно сообщения – это высказывания или тексты. Но в невербальной коммуникации сообщением может быть изображение (дорожный знак, схема, рисунок, фотография), физический предмет (архитектурное сооружение как сообщение о его предназначении, подарок как знак признательности, «черная метка» как знак приговора).

Широко известна точка зрения ученого-коммуникативиста Маклюэна, согласно которой «средство и есть сообщение», т.е. не столько важно само содержание сообщения, сколько то, где и каким образом осуществляется передача сообщения и, главное, какие средства для этого используются.

Тезис Маклюэна подчеркивает, что именно техническим средствам коммуникации принадлежит революционизирующая роль в истории цивилизации, поскольку именно они, создавая языки общения (алфавит, печать, пресса, а главное – радио, кино, телевидение, Интернет...), формируют характер передачи информации и восприятия мира. Современные электронные СМИ на новом уровне возрождают ту эмоциональную форму восприятия мира, которая была свойственна первобытной устной культуре общения и затем вытеснена печатными средствами коммуникации. Более того, по мнению Маклюэна, технические средства связи, структурируя характер передачи информации, влияют не только на её форму, но и на содержание, подчиняя его тем или иным типам кодификации реальности. Так, печатные средства создают *линейный* принцип кодификации и восприятия мира, а электронные медиа (антипод печатных) обуславливают *мозаичный* принцип восприятия мира, основанный на аудиовизуальной образности.

*Канал.* Понятие «канал» появилось в коммуникативистике благодаря исследованиям, проводимым в рамках математической теории связи (коммуникации), а также исследованиям технических средств связи. Они оперировали сугубо технической трактовкой этого понятия – как проводного канала телефонной или телеграфной связи либо как беспроводного канала радиосвязи. В какой-то мере техническое понимание «канала коммуникации» оказалось заимствованным и теорией коммуникации.

В современной литературе по коммуникативистике можно встретить трактовку «канала» коммуникации как средства, с помощью которого сообщение передается от источника к получателю. При такой интерпретации коммуникационные каналы делятся на: 1.) средства массовой коммуникации – пресса, радио, TV, рекламные и информационные агентства, Интернет; 2.)

межличностную коммуникацию – непосредственный личностный обмен сообщениями между источником и получателем.

Таким образом, понятия «канал коммуникации» и «средство коммуникации» здесь используются как взаимозаменяемые. Чаще всего и в обыденной речи их используют как синонимы.

Более предпочтительным кажется подход, отграничивающий «средства» от «каналов» коммуникации. При этом под «средствами» коммуникации можно понимать как способы кодирования сообщения, например, слова, буквы, картинки, звуковые сигналы, жесты, так и собственно технические средства кодирования – пишущая машинка, печатный станок, телефонный и телеграфный аппараты, радиоприемные/передающие устройства, персональный компьютер.

*Термином «канал» целесообразно обозначать маршрут, используемый для передачи сообщения.* «Коммуникационный канал – это реальная или воображаемая линия связи (контакта), по которой сообщения движутся от коммуниканта к реципиенту».<sup>6</sup>

Каналы, интерпретируемые таким образом, можно разделить на: 1.) естественные – каналы, возникающие в сфере взаимодействия человека с другими людьми и с внешним миром при участии разных органов чувств, а именно: аудиальные, визуальные, тактильные и иные каналы; 2.) искусственные – линии телефонной, телеграфной, радиосвязи, транспортные артерии и т.д.

*Получатель – тот или те, кому адресовано сообщение.* Именно для него, собственно, и осуществляется коммуникация. Получателем может быть одно лицо, группа лиц, общество в целом или какая-то его часть. Когда в роли получателя выступает более чем одно лицо, его (получателя) называют аудиторией коммуникации.

Характеристики получателя являются одним из важнейших факторов, влияющих на результативность (эффект) коммуникации. Выше отмечалось, что результативность коммуникации обусловлена самим источником коммуникации (его статусом, надежностью, компетентностью), характером сообщения, временем и условиями его передачи, способом кодирования.

Не менее важным условием является способность получателя воспринимать и декодировать посланное ему сообщение, т.е. распознавать и интерпретировать его смысл. Эта способность определяется компетентностью получателя, его жизненным опытом, групповой принадлежностью, ценностными ориентациями, общей культурой, социокультурными рамками, в которых осуществляется коммуникативный процесс. Реакция получателя выступает основным индикатором результативности коммуникации.

О результативности коммуникации мы можем судить по степени ее влияния на получателя, на его установки (т.е. относительно устойчивые представления), привычки, стереотипы и т.д. Это не означает, что они

---

<sup>6</sup> Соколов А.В. Введение в теорию социальной коммуникации. - СПб., 1996., С. 51.

обязательно должны изменить свой вектор или смениться на противоположные. Чаще всего, по мнению специалистов, результатом коммуникации, напротив, оказывается усиление тех стереотипов сознания и поведения, которые сформировались ранее. Например, известно, что люди, знакомясь с новостями, склонны в первую очередь искать в них подтверждение уже выработанным, ранее сложившимся взглядам. Механизмы человеческой психики действуют таким образом, что человек отбирает именно ту информацию, которая соответствует его психологическим, идеологическим и прочим установкам, его склонностям и симпатиям, и отбраковывает ту, которая им не соответствует, причем первая лучше воспринимается, усваивается и запоминается, чем вторая. Кроме того, сопротивление восприятию новых норм, ценностей, пропагандируемых, например, СМИ, может оказывать система уже сложившихся групповых норм и ценностей, интериоризированных индивидом.

Частичное изменение взглядов и поведения получателя как результат воздействия на него сообщения возможно в том случае, если его взгляды и установки неустойчивы, если существуют пробелы в знаниях в соответствующих областях. Чем менее человек осведомлен в какой-либо области, тем более он подвержен в ней внешнему информационному влиянию.

Наиболее редко происходит кардинальная перемена взглядов и поведения. Для такого рода перемены недостаточно влияния информации, полученной из одного источника, например, СМИ. Такие перемены могут быть вызваны лишь целой системой факторов – изменением социально-экономической и политической ситуации, влиянием СМИ, изменением ближайшего окружения человека. Крайне редко встречается полная перемена взглядов и установок человека без видимых внешних предпосылок.

Перечисленные оценки результативности свойственны как массовой, так и межличностной коммуникации. В случае, когда речь идет о массовых коммуникациях, характеристики аудитории имеют особое значение.

Аудитория как объект информационного воздействия обычно делится на массовую и специализированную. Такое деление проводится: на основе количественного критерия, хотя специализированная аудитория в некоторых случаях может оказаться более многочисленной, нежели массовая; на основе характера объединения людей, составляющих аудиторию.

Количественные характеристики аудитории (т.е. данные о поле, возрасте, образовании, роде занятий и месте жительства, об их интересах и предпочтениях), конечно, необходимы, но это – лишь первый этап познания, поскольку при таком ракурсе ее изучения вне поля зрения остаются многие процессы, возникающие в сознании людей в результате восприятия продукции СМИ. Так, широко распространенные сегодня телевизионные рейтинги, даже если они добросовестно выполнены, отвечают на вопросы «что» и «сколько», но не дают ответа на вопросы «почему» и «с каким результатом». Ответы на эти последние вопросы требуют качественного анализа как самой аудитории, так и процессов функционирования СМИ,

включающего в себя изучение коммуникативных технологий и их влияния на те картины действительности, которые возникают в сознании телезрителей.

Теоретические представления о *массовой аудитории* достаточно амбивалентны. Этим термином в коммуникативистике чаще всего обозначаются: 1.) все потребители информации, распространяемой по каналам СМИ, - читатели газет, журналов, книг, радиослушатели, телезрители, покупатели аудио/видеопродукции и т.д. (массовость – главный атрибут данной аудитории); 2.) случайные объединения людей, не имеющих общих профессиональных, культурных и иных признаков и интересов (толпа зевак, люди, пришедшие на площадь послушать политического оратора и т.п.).

Существуют и различные концептуальные трактовки понятия массовой аудитории: либо как инертной, неорганизованной массы, пассивно поглощающей всё, что предлагают СМИ (т.е. речь идет о массовой аудитории как аморфном образовании, слабо организованном, не имеющем четких границ и меняющемся в зависимости от ситуации), либо, наоборот, как общественной силы, способной активно влиять на «массмедиа», требовать от них удовлетворения своих собственных (возрастных, профессиональных, культурных, этнических и пр.) желаний и интересов. Конечно, тут имеется в виду организованное, системное, достаточно структурированное образование.

Верификация этих трактовок проводится в рамках двух подходов. Теоретической основой первого служит концепция двухступенчатой коммуникации П. Лазарсфельда и его коллег, предложивших изучать массовую аудиторию не как аморфное множество потребителей информации (атомов), а как систему, состоящую из групп (молекул), имеющих своих «лидеров мнений», способных посредством межличностных связей упорядочивать и структурировать массовую аудиторию, формировать те или иные представления о СМИ и о самой информации – ее содержании, форме, предназначении. Однако большинство современных теорий фиксируют внимание на возрастающей массивированной индифферентности аудитории, её деструктурировании, энтропии, результатом которой становится возрастающее манипулирование её сознанием средствами массовой информации.

*Специализированная аудитория* представляет достаточно определенное и устойчивое целое, с более или менее очерченными границами, включающее множество индивидов, объединенных общими интересами, целями, системами ценностей, стилем жизни, взаимными симпатиями, а также общими социальными, профессиональными, культурными, демографическими и иными признаками. Эту аудиторию можно рассматривать как более или менее широкий сегмент массовой аудитории СМИ в том случае, если речь идет, например, об аудитории определенного вида массовой коммуникации (только о радиослушателях или телезрителях, или читателях газет); об аудитории конкретного канала массовой коммуникации (телезрителях ОРТ или НТВ, радиослушателях «Маяка» или

«Нашего радио», читателей газеты «Ведомости» или «Известия»); об аудитории отдельных видов сообщений (рубрик) – спортивных, новостных, криминальных, культурных.

Наличие специализированных аудиторий является показателем того, что публика воспринимает информацию в зависимости от своих социальных, профессиональных, возрастных, демографических, культурно-образовательных и иных особенностей. Умение структурировать аудиторию, выделять в ней нужные сегменты (целевые группы) во многом предопределяет успех коммуникации, какую бы конкретную форму она не приняла – избирательной кампании, партийной пропаганды, рекламы товаров и услуг, коммерческих сделок, экологических или культурных мероприятий.

Каждая из групп требует своей стратегии, своих способов информирования и форм общения. И чем точнее будет проведена дифференциация аудитории и определены параметры целевой группы, тем успешнее будет осуществлена коммуникация.

*Обратная связь.* Термин «обратная связь» появился в кибернетике – науке о процессах управления и контроля в системах самого разного типа. С точки зрения кибернетики биологические, социальные, механические системы (живые организмы, люди, общества, механизмы) действуют по одним и тем же принципам, везде наблюдаются сходные модели поведения.

Непременным элементом всякой саморегулирующейся системы является обратная связь. В кибернетике под обратной связью понимают процесс получения системой информации о последствиях решений и действий системы таким образом, чтобы в случае необходимости изменить ее поведение и приблизить к искомой цели.

Именно благодаря использованию принципа обратной связи кибернетика стала общей теоретической основой решения проблем обработки информации и управления. Она нашла свое применение в самых широких областях жизнедеятельности человека: от конструирования приборов управления и связи в электронике и сложной технике, создания автоматических протезов и автоматических медицинских инструментов до проектирования машин с элементами интеллекта. Поэтому обратную связь называют стержневым понятием кибернетики, универсальным принципом кибернетики и живой природы, секретом жизни, секретом всеобщей упорядоченности, организованности. Принципиально важно для управления коммуникативными процессами, что обратная связь представляет собой: контролирующее (регулирующее) обратное воздействие; воздействие, обусловленное передачей информации; воздействие, имеющее своей конечной целью повышение организованности системы.

В теории коммуникации под *обратной связью* понимают *ответную реакцию получателя на сообщение источника*. При обратной связи коммуникация становится двусторонним процессом, позволяя обеим сторонам корректировать свои цели и свое поведение по отношению друг к другу.

Обратная связь в ходе социальной коммуникации отлична от аналогичных процессов в автоматических системах, так как ответная реакция получателя не может быть предсказана со 100%-ой точностью. Непредсказуемость реакции в некоторых случаях может стать основной причиной возникновения комедийных или, наоборот, трагедийных ситуаций.

Именно благодаря обратной связи источник информации узнает, достигнут ли желаемый результат коммуникации (положительная обратная связь) или нет или сообщение вызвало не ту реакцию, на которую рассчитывал источник (отрицательная обратная связь). Однако высказывается мнение, что для повышения эффективности коммуникации отрицательная обратная связь имеет даже большее практическое значение, чем положительная.

Обратная связь очевидна в ситуации межличностной коммуникации. В массовой коммуникации на первый взгляд обратная связь не обнаруживается. Особенно, когда коммуникатор (например, рекламодатель) не прилагает усилий по ее налаживанию. Но даже помимо желания заниматься этим рекламодатель (особенно если его положение на рынке относительно стабильно) невольно обнаружит эту обратную связь в изменении статистики продаж, в динамике финансовых показателей, ощутит в телефонной беседе со своими клиентами из числа охваченных рекламой. Таким образом, даже в массовой коммуникации обнаруживается естественное наличие обратной связи, какой бы длинной и косвенной она ни была. Это объясняется тем, что коммуникатор не изолирован от внешней среды, и еще раз подтверждает потенциальную возможность использования обратной связи в целях прогнозирования эффектов и управления массово-коммуникативными процессами.

Таким образом, в любом случае устойчивая обратная связь – необходимое условие результативной коммуникации.

Очень важным блоком проблем в коммуникативных процессах является тема *коммуникативных барьеров*. Каждому человеку знакома ситуация, когда слова, которые он произносит, «не доходят» до его собеседника или «доходят», но неправильно им воспринимаются. Может даже сложиться впечатление, что собеседник намеренно защищается от чужих слов, мыслей, переживаний, ставя преграды на пути общения.

*Под коммуникативным барьером обычно понимается все то, что препятствует эффективной коммуникации и блокирует ее.* Эта проблема очень важна, поскольку неудачная коммуникация может быть чревата серьезными неприятностями для ее участников по той простой причине, что переданная информация была принята не полностью, в искаженном виде или не принята вовсе.

Одно из глубочайших заблуждений состоит в том, что люди думают, будто достаточно высказать свою мысль, чтобы другие должным образом ее восприняли. В основе такого заблуждения лежит предположение, согласно которому переданное сообщение достигает своего адресата без каких-либо изменений. В действительности часто получается не так: одни говорят одно,

а другие их слушают и понимают совсем другое. Происходит это потому, что все сообщения подвергаются воздействию многочисленных шумов и помех, значительно снижающих результативность коммуникации.

Учесть всю совокупность зашумляющих сообщение факторов практически невозможно – они слишком разнообразны. В каждом виде человеческой деятельности – в политике, экономике, культуре и т.д. – присутствуют собственные барьеры, обусловленные спецификой данных видов деятельности. Различные виды и уровни коммуникации (вербальная – невербальная, устная – письменная – электронная, межличностная – групповая – массовая и т.д.) также создают свои специфические барьеры. Поэтому имеют место самые разные попытки систематизации коммуникативных барьеров. Одна из классификаций – следующая:

- 1.) дискомфорт физической среды, в условиях которой воспринимается сообщение;
- 2.) инерция включенности, т.е. озабоченность слушателя иными проблемами;
- 3.) антипатия к чужим мыслям, стереотипизированность сознания, амбициозность;
- 4.) языковой барьер – существенное различие словарного запаса, лексикона коммуникатора и коммуниканта;
- 5.) профессиональное неприятие – некомпетентное вторжение коммуникатора в профессиональную сферу коммуниканта;
- 6.) неприятие имиджа коммуникатора.

В литературе по психологии и коммуникативистике принято выделять четыре типа барьеров:

- фонетический – невыразительная быстрая или медленная речь, речь-скороговорка, акцент, речь с большим количеством звуков-паразитов и т.п.
- семантический – различие в системах значений слов;
- стилистический – несоответствие стиля речи коммуникатора и ситуации общения или стиля общения и психологического состояния партнера по общению;
- логический – сложная, непонятная или неправильная логика рассуждений.

Данные классификации довольно точно, хотя и недостаточно полно, представляют различные группы факторов, препятствующих эффективной коммуникации. В качестве оснований классификации коммуникативных барьеров целесообразно выделить *среду* (внешние условия) *коммуникации*, *технические средства коммуникации* и *самого человека* как главного действующего лица любого коммуникативного акта.

*Барьеры, обусловленные факторами среды.* К ним относятся характеристики внешней физической среды, создающие дискомфортные условия передачи и восприятия информации: 1.) *акустические помехи* – шум в помещении или за окном, ремонтные работы, хлопанье дверей, звонки

телефона и т.д. Их негативное влияние усиливается, если в помещении плохая акустика, а собеседник говорит слишком тихо или шепотом; 2.) *отвлекающая окружающая обстановка* – яркое солнце или, наоборот, тусклый свет, цвет стен в помещении, пейзаж за окном, картины, портреты, т.е. все то, что способно отвлечь внимание собеседников; 3.) *температурные условия* – слишком холодно или слишком жарко в помещении; 4.) *погодные условия* – дождь, ветер, высокое или низкое давление и т.д.

Естественно, данный перечень внешних условий коммуникации можно продолжить. Каждый из перечисленных факторов может сказаться на результативности коммуникации в силу своего влияния на индивидуальные психофизиологические особенности коммуникантов.

*Технические барьеры.* В технической литературе для их обозначения чаще всего используется понятие «шумы», введенное в научный оборот автором математической теории связи (коммуникации) К. Шенноном. Оно ассоциировалось с технологическими проблемами, например, с плохой телефонной связью или помехами в радиоэфире, и означало возмущения, не являющиеся частью сообщения, передаваемого источником. В современной коммуникативистике оно имеет более широкое значение, близкое по смыслу к коммуникативному барьеру, и включает все, что искажает передаваемый сигнал и в результате влияет на сообщение в целом.

Специалисты в области связи посвятили много усилий по выяснению факторов «шумов». Так, в технических каналах связи возмущения могут возникать из-за различных причин: в радиоканале могут возникать спорадические импульсные помехи от грозных разрядов; щелчки и шумы могут вызываться электрическими возмущениями; телевизионное изображение может искажаться помехами, вызванными системой зажигания автомобиля; в неисправных телефонных линиях возникают перекрестные помехи, когда при разговоре может слышаться третий голос.

Особый интерес у математиков и физиков вызывает так называемый гауссов шум. Он возникает в результате беспорядочного наложения большого количества независимых возмущений. Исторически первым изученным примером случайных процессов такого рода было «броуновское движение». Аналогичные беспорядочные движения электронов возникают во всех электрических проводниках, в телефонах, радиоприемниках и других аппаратах связи. Они приводят к возникновению случайного гауссова шума, который, во-первых, неустраим; во-вторых, является неизбежным ограничителем точности передаваемого и получаемого сигнала; в-третьих, устанавливает предел пропускной способности каналов связи. Таким образом, это ограничения, налагаемые самой природой.

Математическая теория связи (коммуникации) основное внимание уделяет случаям, при которых источники информации и шума совершенно независимы друг от друга – сигнал и шум просто складываются. До того как сигналы источника достигают приемника, к ним непосредственно добавляются сигналы шумовых возмущений. Следовательно, принимаемые при наличии шумов сигналы состоят из двух частей: полезного сигнала и

фиктивного сигнала. Последний, интерферируя с полезным сигналом от источника сообщений, разрушает часть информации. Таким образом, источник шума обладает способностью разрушать информацию (вносить «отрицательную информацию»), тем самым он увеличивает степень неопределенности приемника, которая может быть преодолена «избыточностью», или «усилением» сообщения.

Учет гауссова шума заставил специалистов в области техники связи несколько по-иному взглянуть на соотношение источников информации и шума. Стало очевидным, что шум, вносящий возмущение в сигналы полезного источника, может зависеть от самого этого источника, т.е. становится неустранимым возмущением, сопровождающим полезный сигнал на всем пути его следования от источника к приемнику. В теории связи такая констатация имела большое значение для выяснения статистических параметров источников шума и определения средней величины теряемой информации.

Наконец, можно выделить такие технические барьеры коммуникации, которые одновременно обусловлены и человеческим фактором: неправильным использованием техники связи; неправильным выбором технического средства для передачи сообщения.

На первый взгляд может показаться, что в мире современных технологий коммуникативные проблемы окончательно решены. В действительности новые технологии обеспечивают лишь новыми средствами связи, которые более компактны, действуют быстрее, надежнее, информации передают больше. Однако качество осуществляемой с их помощью коммуникации по-прежнему определяется самими людьми. Большинство барьеров коммуникации обусловлено человеком, ибо коммуникативные барьеры – это, в первую очередь, барьеры непонимания людьми друг друга.

*«Человеческие» барьеры коммуникации.* Как уже было отмечено, главная причина возникновения коммуникативных барьеров – сам человек. «Человеческие» барьеры коммуникации можно разделить на психофизиологические и социокультурные.

*Психофизиологические барьеры.* Одной из важнейших особенностей коммуникации является то, что она осуществляется через разные сенсорные системы: слух, зрение, кожно-тактильные чувства, обоняние (вкус), чувство тепла и холода. Поэтому барьеры могут возникать вследствие каких-либо *физиологических* нарушений: нарушений артикуляции, нарушений фонетического характера, связанных с голосовым аппаратом (афония, дисфония), глухоты, потери зрения, потери чувствительности кожи и т.д.

На способность людей общаться, передавать и воспринимать информацию сильное влияние оказывают их *психологические* характеристики. В современной общей психологии и социальной психологии большое внимание уделяется проблеме затрудненного общения. В отечественной социальной психологии содержательный анализ затрудненного общения весьма полно представлен Б. Д. Парыгиным. Рассматривая психологический барьер как «такое состояние или свойство

индивида, которое консервирует резервы его духовно-психического потенциала или тормозит их реализацию в процессе его жизнедеятельности», он распространяет психологические барьеры на всю систему человеческих коммуникаций – межличностные отношения, отношения между личностью и общностью, между различными общностями. Как самостоятельные Парыгин выделяет социально-психологические барьеры деятельности, которые могут дифференцироваться по видам последней: это могут быть психологические барьеры познавательной, трудовой, управленческой, рекреативной, творческой, экономической, политической, правовой, духовно-нравственной деятельности, а также социально-психологические барьеры общения, столь же многообразные, как и общение между людьми.

Психологические барьеры общения по своей природе могут быть продуктом как безличных механизмов социально-психологического взаимодействия и взаимовлияния людей друг на друга, так и влияния личностных индивидуальных особенностей партнеров по общению. Примером первых могут служить стереотипы восприятия партнера по общению. Выполняя функцию средства психологической защиты индивида от перегрузки эмоциональной информацией, стереотип выступает и в роли социально-психологического барьера на пути адекватного восприятия партнера по общению в качестве уникальной индивидуальности. Примером вторых могут быть индивидуальные, прежде всего, характерологические особенности личности. Так, интровертированность часто оказывается социально-психологическим барьером в ситуации, которая требует быстрого психологического переключения внимания с одного контакта на другой.

Кроме перечисленных, к наиболее распространенным формам психологического барьера относится нервное напряжение, которое может привести к эмоциональному срыву, скованности мысли, неспособности решить даже простые задачи, к провалам в памяти, неадекватности восприятия и реагирования на действия других людей, речевым аномалиям и т.п. В качестве психологических барьеров могут выступать некоторые психические состояния (индифферентность, апатия, безразличие, депрессия) и психические свойства личности (замкнутость, излишняя застенчивость, повышенная впечатлительность, стыдливость).

Психологические барьеры выполняют две основные функции: 1.) функцию психологического препятствия, мешающего общению с другими людьми, оптимальному протеканию процессов адаптации личности к новым факторам внешней среды. Причины возникновения такого рода препятствий усматриваются обычно в особенностях либо ситуации, либо сообщения, либо личностных характеристик коммуникатора и реципиента; 2.) функцию психологической защиты, которая способствует повышению уровня психологической защищенности личности, ее автономности, обособляющей личность в общности и обеспечивающей ей относительную независимость и индивидуальность.

Вследствие такой функциональной амбивалентности психологических коммуникативных барьеров неоднозначна и проблема их преодоления. В

самом деле, попытка раскрепостить человека в общении с другими людьми может обернуться его психологической беззащитностью перед теми факторами, которые породили эти барьеры. Поэтому устранение психологических барьеров, мешающих эффективному общению, должно сопровождаться введением соответствующих психологических компенсаторных механизмов, обеспечивающих контроль человеком своего психического состояния и ситуации общения, своевременную релаксацию или, наоборот, целенаправленную активность.

*Социокультурные барьеры.* Люди – не изолированные индивиды, а общественные существа и как таковые являются носителями определенных социальных качеств. Но они и не оловянные солдатики, лишённые какой-либо индивидуальности. Они являются представителями той или иной нации, этноса, класса, социальной группы, религиозной конфессии, профессионального сообщества, демографической группы и т.д. Все это и порождает их социокультурные различия, обусловленные принадлежностью к тому или иному языковому, этническому, культурному, профессиональному и другому сообществу или ряду сообществ одновременно. Целая группа факторов, тесно связанных друг с другом, способна существенно затруднить общение.

В первую очередь порождают коммуникативные барьеры *социальные* факторы, обусловленные принадлежностью людей к различным группам или организациям. Если взаимодействующие лица имеют сходные социальные характеристики и, следовательно, сходный социальный опыт (принадлежат одному государству, одной расе, одному полу, одному возрасту, одной профессии и т.д.), то это значительно облегчает их взаимопонимание в процессе общения. Напротив, если взаимодействующие лица имеют разные социальные характеристики и разный социальный опыт, их взаимопонимание может быть существенно осложнено.

Одна из главных причин этого состоит в феномене «группового сознания», которое отчетливо проявляется в сплоченных группах, особенно в таких, где есть сильный авторитарный лидер. Групповое сознание как интегральная характеристика любой более или менее организованной или очерченной общности существует объективно независимо от сознаний отдельных индивидов, обладает по отношению к ним принудительной силой и заставляет человека следовать нормам, принципам и правилам поведения своей группы.

Таким образом, формируясь в определенной социальной среде, человек одновременно формируется и в определенной культурной среде. Нациям, классам, социальным, профессиональным, религиозным и иным группам свойственно создавать свою собственную, отличную от других культуру, собственные знаковые системы (языки), стереотипы мышления и стандарты поведения, которые становятся особенно очевидны при столкновении с другими культурами. Наличие множества культур и субкультур трудно переоценить, поскольку в противном случае мир был бы однообразен и статичен. Однако представители различных культур могут столкнуться с

серьезными коммуникативными проблемами, связанными с несовпадением, а порой и конфликтом норм, ценностей, стереотипов сознания и поведения.

Это несовпадение порождает *культурные* барьеры коммуникации. Наиболее очевидные среди них – лингвистические и семантические барьеры. Они возникают из-за языковых различий: люди могут общаться на разных языках; они могут говорить на одном языке, но не понимать друг друга из-за различий лексиконов – богатых у одних и ограниченных у других, из-за несовпадения тезаурусов – лингвистического смыслового наполнения произносимых слов. Различаются языки не только народов, но и разных социальных групп.

Очевидно, что коммуникация возможна только в том случае, если коммуниканты владеют общим кодом. Однако общности знаков, в частности языка, недостаточно для адекватной коммуникации: даже носители одного языка зачастую не понимают друг друга. Необходима еще и общность значений, придаваемых этим знакам коммуникантами. Именно «общность присвоенной культуры» определяет общность сознаний коммуникантов, которая и обеспечивает возможность знакового общения, когда коммуниканты, манипулируя различными знаками, могут ассоциировать с ними одинаковые ментальные образы.

Отсюда следуют два вывода. Во-первых, полное понимание между коммуникантами невозможно в силу индивидуальности сознания каждого из них. Более того, полное понимание, гипотетически возможное при полном совпадении культурных потенциалов коммуникантов, совершенно обесценивает какой-либо обмен информацией между ними, делает бессмысленной саму коммуникацию. Однако в реальности такого совпадения потенциалов не бывает, но всегда существует большая или меньшая зона их пересечения, которая обеспечивает возможность коммуникации, является ее необходимым условием. Во-вторых, полное непонимание, вызванное отсутствием точек пересечения культурных потенциалов коммуникантов, также оказывается невозможным, поскольку в силу универсальности определенных сторон человеческого опыта подобные точки (универсальные знаковые единицы) всегда существуют. Это дает возможность находить общий язык представителям разных культур. Таким образом, полюса абсолютного понимания и непонимания одинаково недостижимы, любой коммуникативный акт располагается между ними, приближаясь к тому или другому. Возникает своеобразная качественная шкала оценок результативности коммуникации.

Для успешной коммуникации недостаточно овладеть только языковым кодом в его узко структуралистском понимании (как номенклатуры знаков различных уровней и правил оперирования ими). Необходимо также овладеть *социокультурным кодом* сообщества, на языке которого осуществляется коммуникация, теми знаниями и представлениями, которые хранятся в его «когнитивной базе» - совокупности знаний и представлений, общих для всех членов данного лингвокультурного сообщества. Специфичность компонентов когнитивных баз различных социокультурных

сообществ возводит барьеры в ситуации контакта их представителей, снятие которых возможно через введение в текст специфических фрагментов культуры реципиента. Однако, если даже и существуют совпадения определенных единиц различных когнитивных баз, структура стоящих за ними культурно-детерминированных представлений, соответственно их оценка в той или иной культуре, могут оказаться различными. Одно и то же означающее может связываться в различных культурах с разными означаемыми и порождать различные ассоциации.

Один из исследователей коммуникативистики приводит такие примеры. Так, «Хиросима» для русского человека – жестокая и бесчеловечная акция американской армии и ее политического руководства, бессмысленная с военной точки зрения; для среднего же американца – то, что позволило приблизить конец Второй мировой войны, избежать десанта на Японские острова и тем самым спасти жизни сотен тысяч американцев и японцев.

Другой пример: в русской культуре за романами М. Твена о Томе Сойере однозначно закреплён статус детской литературы; американцы же «Приключение Тома Сойера» считают книгой для взрослых (на чем, кстати, настаивал и сам автор), герои романа воспринимаются американцами как воплощение различных типов национального характера.

Меннерт К. в своей книге о наиболее читаемых в России в 1980-х гг. писателях рассуждает о невозможности адекватно перевести на английский и немецкий языки название повести В. М. Шукшина «Калина красная», хотя в обоих языках есть слово, обозначающее данное растение; оно хорошо известно и немцам и североамериканцам, но не включается ими в тот ряд ассоциаций, обусловленных мифопоэтическими фольклорными представлениями, что и у русских.

Проблема культурных барьеров коммуникации это и *проблема интерпретации* одного и того же текста (сообщения, информации), понимаемой как расшифровка смысла, стоящего за очевидным смыслом, раскрытие более глубоких значений, заключенных в буквальном значении. Интерпретация – это осознанная или неосознанная попытка преодолеть дистанцию между культурами коммуникантов. Попытки такого рода не всегда бывают удачными, ибо наталкиваются на культурные стереотипы, задающие жесткие параметры «правильного» или «неправильного» истолкования текста (сообщения).

В литературе описывается немало подобных примеров. Так, монгольские студенты, изучающие славистику, хорошо знающие русский язык, при чтении «Слова о полку Игореве» выразили удивление по поводу того, что данное произведение относится к числу классических и является высокохудожественным. Они объяснили, что объектом художественного изображения никак не может быть позорное поражение, свидетельствующее о бездарности военачальника, который при этом еще и оказался в плену. Поэзия должна рассказывать о великих победах и воспевать подвиги настоящих героев. Данный же эпизод не входит в круг допустимых для поэзии.

Сказка «По щучьему велению» вызвала резко негативную реакцию практически всех студентов из Японии. Они сочли ее глубоко безнравственной, поскольку она повествует о том, как патологический бездельник, не совершив ничего полезного, не ударив палец о палец, получает ничем не заслуженную награду. Они были очень удивлены, что эта сказка весьма популярна в России и родители не считают предосудительным читать ее детям.

Данные примеры иллюстрируют глубокие различия в восприятии одного и того же текста представителями разных культур. Их интерпретации во многом носят оценочный характер и тем самым показывают, что проблема интерпретации – проблема аксиологическая. Действительно, Емеля – лодырь, но нам важны такие его черты, как находчивость, незлобивость, бескорыстность. Это не значит, что мы считаем лень положительным фактором, а японцы не ценят доброту. Просто русские и японцы выделяют разные черты данного героя, игнорируя остальные как несущественные.

Жесткость прозвучавших оценок объясняется стереотипами обыденного сознания. Если в гуманитарной науке в последнее время наметилась тенденция отказа от поиска единственно правильного смысла текста (считается, что всякий текст обладает множеством смыслов и задает веер возможностей своей интерпретации), то в обыденном сознании всякая интерпретация, выходящая за рамки культурных стереотипов, воспринимается как «неправильная», поэтому игнорируется или резко осуждается. Таким образом, то восприятие текста (сообщения), которое санкционируется одной культурой, оказывается неприемлемым для другой, если выходит за «поле» ее интерпретаций. При этом свои оценки правильности интерпретаций представляются единственно возможными. Это означает, что ставится под вопрос значимость тех культур, в которых оценки имеют противоположный характер.

Сказанное касается не только противоречий национальных культур, но и аксиологической рассогласованности различных субкультур в рамках одной целостной национальной культуры. Здесь также наблюдается релятивизм оценок, обусловленный различными культурными стереотипами, приводящий к непониманию и даже конфликтам.

Практические выводы можно сформулировать следующим образом: 1.) никогда не следует настаивать на том, что единственно правильными являются только те представления, которые сложились в данной культуре; необходимо знакомить с ними представителей других культур, объясняя причины их возникновения; 2.) важно иметь правильное представление о психологии и культуре людей, с которыми осуществляется общение; именно в недооценке этого кроются причины большинства коммуникативных неудач; 3.) необходимо рассматривать сообщения с точки зрения получателей, фокусировать внимание на получателе сообщения, его интересах, чувствах, приоритетах; 4.) нужно использовать различные средства доставки сообщения; 5.) следует добиваться обратной связи и в

процессе коммуникации сверять свои действия с ответной реакцией получателя.

Коммуникативный процесс – это процесс передачи информации от одного человека к другому или между группами людей по разным каналам и при помощи различных коммуникативных средств (вербальных, невербальных, и др.). Этот процесс может приобретать различные формы в зависимости от числа участников, целей участвующих сторон, используемых каналов, средств, стратегий и пр. Отсюда и большое количество моделей коммуникации, представленных в научной и учебной литературе. Модели в коммуникативистике используются, во-первых, как методологический прием, как концептуальное средство, основной целью которого является объяснение коммуникативных процессов, во-вторых, как схематизированное, упрощенное отражение реального коммуникативного процесса, необходимое как инструмент, ориентированный на управление моделируемым процессом.

За время прошедшее с момента появления теории коммуникации, коммуникативистика наработала огромное количество моделей, каждая из которых по-своему отражает структуру, элементы и динамику процесса коммуникации. Большинство моделей было создано в XX в. Но первая из известных моделей была предложена еще Аристотелем в IV в. до н.э.

*Модель Аристотеля.* В «Риторике» древнегреческий философ писал, что речь слагается из трех элементов: из самого оратора, из предмета, о котором он говорит, и из лица, к которому он обращается. Именно оно и есть конечная цель всего. В условиях устной, по преимуществу, античной культуры на первый план естественным образом выдвигается ораторское искусство. Однако следует отметить, что во времена Аристотеля речь ораторов стала предназначаться не только для произнесения, но и для чтения, следовательно, уже тогда фиксировалась самодостаточность письменной речи.

В результате мы приходим к универсальной модели – она отражает коммуникативный акт как в устной, так и в письменной формах. В этом акте выделяются три основных элемента коммуникации: оратор – речь – слушатель.

Эти элементы воспроизводятся, хотя и в измененной форме, и в последующих моделях коммуникации. Греческая традиция искусства риторики была продолжена в Средневековье и оставалась практически неизменной вплоть до XX в. Только с развитием массовых коммуникаций через радио, кино, телевидение и под влиянием потребностей в совершенствовании методов пропаганды аристотелевская модель претерпела изменения.

*Модель Лассуэлла.* В 1948 г. американский ученый Г. Лассуэлл предложил свою модель коммуникации. Она получила название классической линейной модели коммуникации. Лассуэлл разработал ее на основе опыта ведения пропаганды в армейских подразделениях во время Второй мировой войны, эта модель могла в равной степени быть

использована для анализа массовой коммуникации и любого коммуникативного действия, которое раскрывается по мере ответа на последовательно возникающие вопросы: *кто?*, *сообщает что?*, *по какому каналу?*, *кому?*, *с каким эффектом?*

«Формула» Лассуэлла стала как собственно моделью, отражающей структуру коммуникативного процесса, так и моделью исследования этого процесса, его структуры и отдельных элементов.

В соответствии с этой структурой Лассуэлл выделяет следующие разделы исследования коммуникации, каждый из которых представляет ответ на соответствующий вопрос: *анализ управления* процессами массовой коммуникации: при ответе на вопрос «кто?» рассматриваются факторы, которые открывают и направляют сам акт коммуникации (в первую очередь это сам коммуникатор); *анализ содержания* передаваемых сообщений, сюда же включается статистический анализ частоты упоминания тех или иных фактов и событий в средствах массовой информации; *анализ средств и каналов*, с использованием которых передаются сообщения (для массовой коммуникации это анализ работы самих масс-медиа); выявление средств, адекватных характеру передаваемых сообщений и наиболее приемлемых для получателя; *анализ аудитории* (массовой, специализированной), являющийся жизненно важным для результативной коммуникации; *анализ результатов* («эффекта») коммуникативного воздействия, для удобства зачастую объединяемый с предыдущим разделом. Так как исследования Лассуэлла касались деятельности средств массовой информации, то в первую очередь изучалось их влияние на аудиторию. В целом результативность коммуникации оценивалась на основании возникшего интереса к содержанию сообщения или отсутствию такого интереса.

Модель Лассуэлла получила широкое признание и распространение. В 1968 г. Лассуэлл предложил более подробную версию своей модели коммуникации. Она предполагает изучение процесса коммуникации с помощью ответов на следующие вопросы: Кто? С каким намерением? В какой ситуации? С какими ресурсами? Используя какую стратегию? Оказывает влияние на какую аудиторию? С каким результатом?

Вопрос, *кто?* связан с определением источника информации, который не всегда может совпадать с коммуникатором, непосредственно ее передающим: это может быть одно лицо, а могут быть и разные.

Вопрос, *с каким намерением?* – ключевой. Только уяснив истинную цель коммуникации, можно говорить о подборе адекватных этой цели средств (коммуникатора, сообщения, канала), о выборе целевой аудитории и т.д. Четкое осознание цели (информирование, инструктирование, мотивирование аудитории) определяет соответственно и подбор остальных компонентов коммуникации как условие ее эффективности.

Ответ на вопрос, *в какой ситуации?* связан с определением того, в какой ситуации – благоприятной, неблагоприятной или нейтральной – осуществляется коммуникативный акт.

Отвечая на вопрос, *с какими ресурсами?*, надо знать, что к ресурсам коммуникации относят как самих специалистов-коммуникаторов, так и финансовые и информационные средства, которыми они располагают, а также эффективные коммуникативные технологии, приемы, методы и т.п.

Ответить на вопрос, *используя какую стратегию?* – значит правильно выбрать стратегию, следовательно, обеспечить наиболее эффективный способ достижения цели (т.е. результативной коммуникации). Стратегия – это не только определение целей, но и подбор адекватных им средств, а также путей достижения целей.

Вопрос, *на какую аудиторию?* связан с выбором аудитории коммуникации, т.е. тех, кому адресованы сообщения. Эффективность коммуникации связана с правильным выбором аудитории (массовой, специализированной, отдельных людей).

Отвечая на вопрос, *с каким результатом?* мы подразумеваем оценку итога совокупных усилий участников коммуникативного процесса. Коммуникация эффективна, если поставленные цели реализованы в установленные сроки и с наименьшими издержками. Коммуникативная эффективность обусловлена изменением в знаниях, установках, убеждениях или поведения получателя информации. Коммуникативная модель Лассуэлла представляет собой одновременно и модель исследования коммуникативного процесса и развернутый план собственно коммуникативного действия. Однако она имеет и существенные недостатки. Во-первых, лассуэлловская модель монологична, в ее структуру не входит обратная связь. Во-вторых, она практически не обращает внимания и не учитывает контекст, в котором происходит коммуникация и который на эту коммуникацию влияет.

*Модель Шеннона – Уивера.* По существу эта модель представляет собой графическое подобие линейной модели Лассуэлла. Она основана на аналогии с телефонной связью. Предположим, что два человека, проживающие в разных странах, говорящие на разных языках и плохо понимающие язык своего абонента, вынуждены вести переговоры по телефону. При этом время разговора ограничено, а телефонная связь неустойчива. Такова ситуация, которую пытаются смоделировать Шеннон и Уивер в разработанной ими математической теории связи (коммуникации).

В структурную схему их модели входят следующие элементы: источник – это тот, кто делает звонок (передает сообщение), сообщение – передаваемая информация, телефонный передатчик – кодирующее устройство, преобразующее звуковые волны в электрические импульсы, телефонный провод – канал, телефонный приемник – декодер, осуществляющий обратное преобразование электрических импульсов в звуковые волны, приемник – человек, которому адресовано сообщение. При этом разговор может сопровождаться постоянными помехами (шумами), возникающими на линии связи; частотный диапазон канала может быть ограниченным, а абоненты могут плохо понимать язык друг друга. Ясно, что в этой ситуации они пытаются максимизировать количество информации, передаваемой по линии связи.

Аналогичным образом осуществляется связь с помощью телеграфных и радиосистем. При их использовании также возникают «шумы», понимаемые в техническом смысле как любые искажения или помехи, отличающиеся от полезного сигнала или сообщения, предназначенного для передачи. Математическая теория коммуникации и была первоначально разработана с целью отделить шумы от полезной информации, передаваемой источником. По Шеннону, преодоление шумов может быть достигнуто путем использования избыточности сигналов.

Понятие избыточности – повторения элементов сообщения для предотвращения коммуникативной неудачи – чаще всего демонстрируют на примере естественных человеческих языков. Считается, что все языки приблизительно наполовину избыточны: можно залить чернилами половину слов текста или стереть половину слов в радиовыступлении, но при этом все же сохранится возможность понять их. Разумеется, есть предел допустимого шума, за порогом которого возможность понимания резко снижается. В особенности трудно в условиях шума понимать сообщение, использующее малознакомый код.

Согласно Шеннону, избыточность в технике коммуникации достигается либо многократным повторением одного и того же сигнала, либо его дублированием с использованием других каналов связи. Таким образом, возникает модель двух- или многоканальной коммуникации.

Математическая теория связи Шеннона - Уивера абстрагируется от содержания (смысла) передаваемой информации, сосредоточиваясь целиком на ее количестве: неважно, какое сообщение передается, важно лишь, какое количество сигналов передается. С точки зрения Шеннона, информация – противоположность энтропии (хаоса, неопределенности, беспорядка), следовательно, она есть возможность уменьшения неопределенности: чем больше информации содержит система, тем выше степень ее упорядоченности, хотя слишком большое количество информации способно трансформироваться в «информационный шум», который тоже увеличивает неопределенность.

Достоинство данной модели связано с тем, что с ее появлением возникло представление о скорости и количестве передаваемой информации. Однако модель Шеннона – Уивера имеет и ряд ограничений: она механистична – отражает преимущественно технические способы коммуникации; человек включается в нее лишь в качестве «источника» или «приемника» информации; она абстрагируется от содержания, смысла передаваемой информации, уделяя внимание только ее количеству; коммуникативный процесс в данной модели носит линейный, однонаправленный характер, обратная связь отсутствует.

Преимущественно техническая ориентация данной модели до сих пор вызывает дискуссии среди специалистов о ее применимости к изучению межличностной коммуникации.

*Модель М. де Флера.* Зачастую неспособность участников коммуникации осознать, что посланное и полученное сообщение не всегда совпадают,

является причиной многих затруднений общения. Эта мысль, уже заложенная в модели Шеннона – Уивера, привлекла внимание и получила дальнейшее развитие в исследованиях М. де Флера, существенно модифицировавшего линейную модель коммуникации.

В частности он отмечает, что в коммуникативном процессе первоначальная идея («значение») трансформируется в «сообщение», которое отправитель затем переводит в «информацию», посылаемую по каналу получателю. Получатель декодирует «информацию» в «сообщение», которое, в свою очередь, трансформируется в месте назначения в идею («значение»). Если между первым и вторым «значениями» есть соответствие, т.е. идея, возникшая в сознании отправителя, соответствует идее, возникшей в сознании получателя, то коммуникация состоялась. Однако согласно де Флеру полное соответствие является весьма редким.

В модели де Флера учтен основной недостаток линейной модели Шеннона – Уивера – отсутствие обратной связи. Он замыкает цепочку следования информации от источника до получателя петлей обратной связи, повторяющей весь путь в обратном направлении, включая трансформацию значения под воздействием «шума». Обратная связь дает коммуникатору возможность лучше приспособить свое сообщение к коммуникативному каналу для повышения эффективности передачи информации и увеличения вероятности соответствия между отправленным и принятым значениями.

Включение обратной связи на правах полноправного элемента в модели таких, казалось бы, односторонних процессов, как распространение информации с помощью СМИ – телевидения, радиовещания, прессы – на первый взгляд представляется проблематичным. Следует, однако, различать обратную связь первого порядка, когда коммуникатор может получать ее в ходе прямого воздействия, и опосредованную связь второго порядка, возникающую на основе оценки результатов воздействия. Принципиальное отсутствие обратной связи можно отметить лишь в исключительных случаях, например, при засылки зондов с информацией в дальний Космос «навстречу» иным цивилизациям.

*Циркулярная модель коммуникации.* Циркулярная или циклическая модель была предложена в работах У. Шрамма и Ч. Осгуда. В этой модели отражена реакция коммуниканта на сообщение источника в виде обратной связи. Именно обратная связь делает коммуникацию двусторонним процессом, позволяя каждой из сторон корректировать свои действия и цели. Шрамм полагал, что было бы слишком большим упрощением рассматривать коммуникацию как линейный процесс, у которого есть начало и есть конец. В действительности это процесс бесконечный, чтобы исправить неточность линейных моделей, необходимо подчеркнуть циклический характер коммуникации, когда ее участники периодически меняются ролями.

Таким образом, коммуникация трактуется как двусторонний процесс связи, когда и отправитель, и получатель информации в равной степени взаимодействуют друг с другом, обмениваясь сообщениями (сигналами). Особое внимание авторы модели обращали на проблему интерпретации

сообщения. Если механистические, линейные модели, в первую очередь, были нацелены на исследование точности передаваемых сигналов, достигаемой минимизацией технических шумов в канале, то в циркулярной модели основной акцент переносится на интерпретацию сообщения. Поскольку каждый участник коммуникации подходит к расшифровке смысла передаваемого сообщения со своими критериями, то в коммуникационном процессе возникает «семантический шум». Минимизировать его последствия и сделать коммуникацию более эффективной можно лишь посредством механизма «обратной связи».

*Двухканальная модель речевой коммуникации.* Отечественный психолог В.П. Морозов предложил оригинальную модель, в которой коммуникация представлена как двухканальная система, но не в технологическом, а в психологическом смысле. В целом он придерживается получившей широкое распространение схемы Шеннона, в которой любая система коммуникации представляет собой взаимодействие следующих основных частей: 1.) источника информации (в данном случае говорящего человека); 2.) сигнала, несущего информацию в закодированном виде (в данном случае в виде акустических особенностей речи и голоса); 3.) приемника, обладающего свойством декодировать указанную информацию (в данном случае слуховой системы, мозга и психики субъекта восприятия – слушателя).

Однако имея в виду сложную вербально-невербальную природу системы речевой коммуникации и ряд принципиальных отличий невербальной коммуникации от собственно речевой, Морозов представляет коммуникацию как двухканальный процесс, состоящий из вербального, собственно речевого лингвистического и невербального экстралингвистического каналов.

Особенность данной модели состоит в учете роли функциональной асимметрии мозга человека, являющейся физиологической основой независимости невербальной функции речи от вербальной. Исследованиями асимметрии, начатыми еще в XIX в. и продолженными в наше время Р. Сперри, удостоенным за эти работы Нобелевской премии в 1981 г., доказали ведущую роль левого полушария мозга в обеспечении вербальной функции психики. Вместе с тем, ряд современных зарубежных и отечественных работ, в том числе и Морозова, свидетельствует о ведущей роли правого полушария в переработке невербальной информации.

Это обстоятельство нашло отражение в теоретической модели в виде разделения вербального и невербального каналов во всех звеньях системы коммуникации: в начальном (источник речи, говорящий), в среднем (акустический сигнал) и в конечном (приемник, слушатель). Таким образом, вербальный (собственно лингвистический) и невербальный (экстралингвистический) каналы оказываются обособленными во всех звеньях цепи речевой коммуникации.

Но между вербальным и невербальным каналами наблюдается теснейшее взаимодействие и взаимовлияние.

*Модель «ИСКП»* была предложена американским специалистом в области коммуникации Д. Берло в 1960 г. Ее именуют по названию входящих

в нее элементов в виде аббревиатуры ИСКП: источник – сообщение – канал – получатель. Иногда ее называют Стенфордской моделью коммуникации.

Согласно Берло, данная модель должна содержать подробный анализ каждого из элементов коммуникативного процесса. Источник и получатель анализируются с точки зрения имеющихся у них коммуникативных навыков, знаний, их социальной принадлежности, культурных характеристик, аттитудов (сложных комплексов социально-психологических установок, определяющих реакции индивида в отношении всех объектов и ситуаций, с которыми установка связана). Сообщение рассматривается с позиции его элементов и структуры, содержания и способа кодирования. Каналами коммуникации, по Берло, являются пять органов чувств, по которым поступает информация.

Данная модель является, вероятно, наиболее простой и удобной для знакомства с особенностями конкретного коммуникативного процесса благодаря: наличию именно этих составляющих практически во всех иных описаниях коммуникации; достаточно явно проявляющимся комбинациям именно этих элементов в конкретных коммуникативных актах; ее практической направленности, позволяющей разработать конкретную стратегию коммуникации с учетом характеристик всех составляющих ее элементов.

Таким образом, модель ИСКП можно считать базовой при рассмотрении отдельных элементов коммуникативного процесса. Однако она обладает тем же недостатком, что и ряд моделей, описанных выше: она монологична, однонаправлена – ее нельзя считать полной без учета результата коммуникации и обратной связи. Следовательно, данная модель при описании реального коммуникативного акта должна быть дополнена еще целым рядом исследуемых единиц – элементов.

Мы рассмотрим три семиотические модели коммуникации: Романа Якобсона, Юрия Лотмана и Умберто Эко.

*Модель Романа Якобсона.* Роман Якобсон известен даже школьникам по упоминанию в стихах В. Маяковского. В послереволюционные годы он переехал в Прагу, а затем в США, где работал профессором Массачусетского технологического института. В своей работе "Лингвистика и поэтика" он представил речевую коммуникацию в виде следующих шести факторов, каждому из которых соответствует своя функция языка:

Эмотивная (экспрессивная) функция связана с адресантом и имеет целью выражение его отношения к тому, что он говорит. В языке, как правило, одно и то же содержание даже интонационно мы можем оформить так, чтобы было понятно наше одобрение, осуждение и т.д. Якобсон Р. приводит пример, что актер Московского художественного театра в качестве эксперимента произносил фразу "Сегодня вечером" с помощью сорока различных интонаций. И что самое важное - эти интонации однозначно считывались аудиторией;

Конативная функция отражает ориентацию на адресата. Она выражает непосредственное воздействие на собеседника;

Фатическая функция сориентирована на контакт, для нее важна не передача информации, а поддержание контакта. Это разговоры о погоде, разговоры во время празднования дня рождения, где самым важным становится не новизна информации, а процесс поддержания контакта. Мы часто проверяем контакт словами "Ты слушаешь?";

Метаязыковая функция связана с кодом: не зная слова, мы можем спросить о его значении и получить ответ. Ответ может быть дан описательно, с помощью других слов, а может и просто с помощью показа предмета;

Поэтическая функция направлена на сообщение. Это центральная функция для словесного искусства, для которого характерно большее внимание к форме, чем к содержанию сообщения. Наша бытовая речь более сориентирована на содержание;

Референтивная (денотативная, когнитивная) функция сориентирована на контекст и представляет собой отсылку на объект, о котором идет речь в сообщении.

При этом Ж. Дюбуа, Ф. Эделин и др., заменившие название функции поэтической на риторическую, считают, что не может быть, чтобы "сообщение" стояло в ряду с другими факторами коммуникативного акта. Ведь в действительности же сообщение — это не что иное, как результат взаимодействия пяти основных факторов, а именно, отправителя и получателя, входящих в контакт посредством кода по поводу референта.

Роман Jakobson предложил также свой анализ знаков, считая, что для зрительных знаков важнее пространственное измерение, а для слуховых — временное. Более подробно он высказался по этому вопросу в другой своей работе, где отмечал, что в системах аудиальных знаков в качестве структурного фактора никогда не выступает пространство, но всегда время — в двух ипостасях — последовательности и одновременности; структурирование визуальных знаков обязательно связано с пространством и может либо абстрагироваться от времени, как, например, в живописи и скульптуре, либо привносить временной фактор, как, например, в кино.

Jakobson Р. существенным образом дополнил и развил деление знаков на типы, предложенное Ч. Пирсом. Если знаки у Пирса - иконы, индексы и символы - стоят раздельно друг от друга, то Jakobson считал, что все знаки обладают общими чертами, различие состоит в преобладании одной характеристики над другими. Он говорит по поводу символического компонента в иконических знаках, что полное понимание картин и схем требует предварительного обучения. Ни один род живописи не свободен от идеографических, символических элементов. Проекция трехмерного пространства на двумерную плоскость посредством изобразительной перспективы любого типа является приписанным свойством, и, если на картине изображены два человека, один из которых выше другого, мы должны быть знакомы с особенностями определенной традиции, в соответствии с которой как более крупные могут изображаться фигуры, либо находящиеся ближе к зрителю, либо играющие более важную роль, либо действительно имеющие большие размеры.

Работы Р. Якобсона составили отдельную эпоху в развитии изучения коммуникации. Наибольшее распространение получила его схема речевой коммуникации, с которой мы начали наше рассмотрение. Как отмечает В. В. Иванов, научные заслуги Р. Якобсона у него на родине долго замалчивались, его избранные статьи, подготовленные к изданию еще в 60-е годы, смогли выйти только посмертно.

*Модель Юрия Лотмана.* Юрий Лотман еще при жизни заслужил признание современников, а после его смерти эстонский президент сказал, что Эстонию знают в мире как страну, где работал профессор Лотман. Это связано с тем, что практически все труды Ю. Лотмана переводились и издавались на разных языках. В советское время Ю. Лотман был движущим механизмом тартуско-московской семиотической школы, становлению которой помогали печатаемые в Тарту труды по семиотике и проводимые там же конференции. Эстонские власти выглядели более либеральными, чем московские, что позволяло активно печататься и выступать в Эстонии всем семиотикам бывшего Советского Союза.

В данном контексте нас будут интересовать коммуникативные воззрения Ю. Лотмана. Он считал слишком абстрактной модель коммуникации, предложенную Р. Якобсоном, подчеркивая, что в действительности у говорящего и слушающего не может быть абсолютно одинаковых кодов, как не может быть и одинакового объема памяти. Язык — это код плюс его история, — исправлял Р. Якобсона Юрий Лотман. При полном подобии говорящего и слушающего исчезает потребность в коммуникации вообще: им не о чем будет говорить. Единственное, что остается — это передача команд. То есть для коммуникации изначально требуется неэквивалентность говорящего и слушающего.

О самой коммуникации Ю. Лотман говорит как о переводе текста с языка моего "я" на язык твоего "ты". Самая возможность такого перевода обусловлена тем, что коды обоих участников коммуникации, хотя и не тождественны, но образуют пересекающиеся множества. Кстати, от цензуры советских времен труды семиотиков часто спасало то, что они "прятались" за спиной нужной народному хозяйству кибернетики.

В том или ином виде эта идея несовпадения кодов прослеживается у Ю. Лотмана и в других его работах. Так, в одном из первых московских изданиях его трудов речь шла о неоднозначности как об определяющей характеристике художественного текста. Именно эта характеристика делает возможным постоянное обращение к литературному тексту, его повторное чтение, поскольку в этом случае возможным оказывается получение новых знаний при чтении уже известного текста.

Для самой же литературной коммуникации Ю. Лотман предложил также структуру смены деавтоматизации автоматизацией, заимствуя эти идеи у русских формалистов. Художественное произведение характеризует процесс отстранения, создания нового взгляда даже на старый и известный объект. Но как только деавтоматизация восприятия сменяется автоматизацией, так автор текста должен предложить новую деавтоматизацию. Структура текста

тогда будет состоять из цепочек деавтоматизация<sup>1</sup> — автоматизация<sup>1</sup>, деавтоматизация<sup>2</sup> - автоматизация<sup>2</sup>, деавтоматизация<sup>3</sup> - автоматизация<sup>3</sup> и т.д. Лотман Ю. отмечает в этом плане, что для того чтобы общая структура текста сохраняла информативность, она должна постоянно выводиться из состояния автоматизма, которое присуще нехудожественным структурам. Однако одновременно работает и противоположная тенденция: только элементы, поставленные в определенные предсказываемые последовательности, могут выполнять роль коммуникативных систем. Таким образом, в структуре художественного текста одновременно работают два противоположных механизма: один стремится все элементы текста подчинить системе, превратить их в автоматизированную грамматику, без которой невозможен акт коммуникации, а другой — разрушить эту автоматизацию и сделать структуру носителем информации.

Феномен чтения уже известного текста приводит Ю. Лотмана к формулировке двух возможных типов получения информации. Например, записка и платок с узелком. Если в первом случае сообщение заключено в тексте и может быть оттуда изъято, то во втором случае сообщение нельзя извлечь из текста, который играет чисто мнемоническую роль. Лотман Ю. пишет, что можно рассматривать два случая увеличения информации, которой владеет какой-либо индивид или коллектив. Один — получение извне. В этом случае информация вырабатывается где-то на стороне и в константном объеме передается получателю. Второй — строится иначе: извне получается лишь определенная часть информации, которая играет роль возбудителя, вызывающего возрастание информации внутри сознания получателя. Именно так читал человек прошлого, у которого могла быть только одна книга, но чтение которой все равно могло обогащать его новым знанием. Современный человек, читая книгу одну за другой, механически "складывает" их в памяти. Эта же схема активного потребления информации заложена и в фольклорной коммуникации, где вновь отсутствует сегодняшняя форма пассивного получателя информации. Он не только слушатель, но и творец. С этим и связано то, что столь каноническая система не теряет способности быть информационно активной. Слушатель фольклора скорее напоминает слушателя музыкальной пьесы, чем читателя романа. Не менее существенные характеристики он обнаруживает в рамках анализа фольклорной коммуникации. В "высоком искусстве" нельзя вносить ничего своего: бегать, кричать в театре, трогать руками в музее, пританцовывать в балете и т.д. Лотман Ю. отмечает иное положение фольклорной аудитории, где фольклорная аудитория активна, она непосредственно вмешивается в текст: кричит в балагане, тычет пальцами в картины, притоптывает и подпевает. В кинематографе она криками подбадривает героя. В таком поведении ребенка или носителя фольклорного сознания "цивилизованный" человек письменной культуры видит "невоспитанность". На самом деле перед нами иной тип культуры и иное отношение между аудиторией и текстом. Сопоставим скульптуру и игрушку. Скульптура рассчитана на созерцание: она монолог, который должен быть услышан, но не требует

ответа, она — сообщение, которое адресат должен получить. Игрушка, кукла не ставится на постамент — ее надо вертеть в руках, трогать, сажать или ставить, с ней надо разговаривать и за нее отвечать. Короче, на статую надо смотреть, с куклой следует играть.

Нам представляется, что объяснить подобную ситуацию можно тем, что потребитель информации в этом случае убран с позиции потребителя на позицию наблюдателя, у которого, конечно, совсем другие права. Это связано с тем, что данное сообщение — скульптура в музее — не предназначалась для данного потребителя. Это сообщение с автором, но без получателя, поскольку в результате любой становится получателем этого сообщения. Поэтому он и не имеет права ничего в нем менять.

Занижение активности получателя Ю. Лотман видел также в ситуации мифологических ритуалов, объединяющих архаический коллектив в единое целое. Он там выступает исполнителем или хранителем информации в значительно большей степени, чем ее творцом.

Лотман Ю. выделяет также две коммуникативные модели "Я - ОН" и "Я - Я". Последний случай он именуется автокоммуникацией. В рамках нее сообщение приобретает новый смысл, поскольку вводится второй добавочный код и сообщение перекодируется. Передачу сообщения самому себе Ю. Лотман трактует как перестройку собственной личности. И еще одно наблюдение. Поэтические тексты, по его мнению, используют обе коммуникативные системы, так как тексты, создаваемые в системе "Я - ОН", функционируют как автокоммуникации и наоборот: тексты становятся кодами, коды — сообщениями. Следуя законам автокоммуникации — членению текста на ритмические куски, сведению слов к индексам, ослаблению семантических связей и подчеркиванию синтагматических — поэтический текст вступает в конфликт с законами естественного языка. А ведь восприятие его как текста на естественном языке — условие, без которого поэзия существовать и выполнять свою коммуникативную функцию не может. Лотман Ю. уделял особое внимание визуальной коммуникации, подчеркивая особый статус отражения. Дело в том, что отражение лица не может быть включено в связи, естественные для отражаемого объекта: его нельзя касаться или ласкать, но вполне может включиться в семиотические связи: его можно оскорблять или использовать для магических манипуляций. На пути к изобразительной коммуникации он различает этап первичного кодирования, примером чего может служить этикет или ритуал. Театр также может служить промежуточным кодом: существует манера портрета, когда модель одевалась в какой-нибудь театральный костюм. Придворный церемониал Наполеона ориентировался не на предыдущий королевский придворный этикет, а на нормы изображения французским театром двора римских императоров. Отдельному рассмотрению подверглось бытовое поведение. Лотман Ю. проанализировал коммуникативные аспекты бытового поведения XVIII века. Так, русское дворянство после Петра должно было обучаться искусственными методами тому, что люди на Западе получали в раннем детстве. Это противоречило принятым нормам. Голландская речь в Голландии и в

России воспринимается по-разному. Ведь образ европейской жизни удваивался в ритуализированной игре в европейскую жизнь. Каждодневное поведение становилось знаками каждодневного поведения. Степень семиотизации, сознательного субъективного восприятия быта как знака резко возросла. Бытовая жизнь приобретала черты театра.

Лотман Ю. рассматривал культуру как генератор кодов, считая, что культура заинтересована во множестве кодов, что не может быть культуры, построенной на одном коде. Все явления культуры трактуются им как разного рода коммуникативные механизмы, то есть как разного рода языки. Отсюда возникает приоритетность лингвистических методов для их анализа, использование терминов «словарь» или «грамматика» для описания совершенно далеких от естественного языка коммуникативных явлений. Определение такой роли естественного языка и лингвистического механизма связано также с рассмотрением первичных и вторичных моделирующих систем как объекта семиотики. Под первичным понимался язык, а вторичные — литература, театр, кино — принимали на себя большое число языковых характеристик, поскольку базировались на языке. Отсюда следовала значимость именно лингвистического инструментария. Лотман Ю. в целом заложил основы коммуникативного анализа культуры, анализируя ее как коммуникативный механизм.

*Модель Умберто Эко.* Итальянский семиотик Умберто Эко известен также своими романами-бестселлерами, среди которых наибольшее признание получил роман "Имя розы", в послесловии к которому Ю. Лотман отмечал, что имя Умберто Эко мало известно советскому читателю. Как и Ю. Лотман он обладает серьезным фактологическим наполнением своей работы: если Ю. Лотман был специалистом по русской культуре XVIII-XIX вв, то У. Эко специализируется в средневековой культуре.

Эко У. сделал важное замечание по поводу привычно признанной определяющей роли лингвистики в семиотическом анализе. Он писал, что далеко не все коммуникативные феномены можно объяснить с помощью лингвистических категорий. Это замечание отдаляет его от тартуско-московской школы, в рамках которой интуитивно признавалась базисность лингвистики.

В то же время в качестве наиболее интересного для семиотики объекта У. Эко называет точки возникновения лжи. А это явно вновь возвращает нас к естественному языку. Хотя действительно, ложью, с точки зрения нормы должны быть признаны и литература, и искусство поскольку они описывают то, чего никогда не было. А это и есть наиболее привычные объекты для семиотического анализа.

И Ю. Лотман, и У. Эко уделяли большое значение визуальной коммуникации. Эко У. трактует иконический знак как континуум, в котором невозможно вычленивать дискретные смыслоразличительные элементы, подобные существующим в естественном языке. Эко У. ставит это известное наблюдение в систему, объясняющую различие визуальной коммуникации. Он подчеркивает, что знаки рисунка не являются единицами членения,

соотносимыми с фонемами языка, потому что они лишены предзаданного позиционального и оппозиционального значения, сам факт их наличия или отсутствия еще не определяет однозначно смысла сообщения, они значат только в контексте (точка, вписанная в миндалевидную форму, значит, зрачок) и не значат сами по себе, они не образуют системы жестких различий, внутри которой точка обретает собственное значение, будучи противопоставленной прямой или кругу. В естественном языке значение оказывается заданным заранее, в визуальном оно вырабатывается по мере получения сообщения. Иконический знак, обладающий сходством с изображаемым предметом, берет не все его характеристики. Эко У. подчеркивает условность этого типа изображения, ведь иконические знаки воспроизводят некоторые условные восприятия объекта, но после отбора, осуществленного на основе кода узнавания, и согласования их с имеющимся репертуаром графических конвенций. Или такой пример: художник XIII века рисует льва в соответствии с требованиями тогдашних иконических кодов, а не исходя из реальности. Визуальный знак должен обладать следующими типами характеристик: а) оптическими (видимыми), б) онтологическими (предполагаемыми), в) условными. Под последними У. Эко понимает иконографические коды того времени. Архитектурный знак, а это вариант уже архитектурной коммуникации, по его мнению, обладает в качестве значения его собственным функциональным назначением. То есть это знак, отсылающий к своей функции. Дверь имеет в качестве референта "возможность войти". Архитектурное сообщение может получать чуждые ему значения. Например, размещение солдат в заброшенной церкви. При этом подмена значений не ощущается. Восприятие архитектурного дискурса не требует того внимания, которое наблюдается при потреблении фильмов, телевидения, комиксов, детективов. Эко У. предлагает следующую модель коммуникации: (физический шум) - отправитель - код - лексикоды - сигнал - канал - сигнал - приемник - значащее сообщение - код (может стать семантическим шумом) - лексикод (может стать семантическим шумом) - адресат - сообщение. Это стандартная прикладная модель, которая усилена понятием лексикодов или вторичных кодов, под которыми У. Эко понимает разного рода дополнительные коннотативные значения, которые известны не всем, а только части аудитории. Анализируя раннее христианство, У. Эко подчеркивал, что для воздействия приходилось изобретать притчи и символы, чего не может сделать чистая теория. Иисус, например, символизировался с помощью изображения рыбы.

Профессор Умберто Эко посвятил отдельное исследование коммуникации в рамках массовой культуры. Его основной постулат состоит в том, что при рассмотрении текстов массовой культуры они написаны одновременно как автором, так и читателем. Он анализирует при этом супермена, шпионские романы Я. Флеминга, "Парижские тайны" Эжена Сю. Здесь вновь возникает идея литературы как коллажа, как китча. Эко У. предложил существенные для моделирования коммуникации общие модели, а также конкретные модели визуальной коммуникации и коммуникации в рамках массовой

культуры. И то, и другое весьма важно для рекламистов и специалистов в области публичных рилейшнз.

#### **Тема 4. Вербальная коммуникация**

Этот вид коммуникации является наиболее привычным и знакомым. *Вербальная коммуникация – это коммуникация, осуществляемая в рамках естественного, человеческого языка.* Уже на заре возникновения теории коммуникации выработался определенный подход к анализу вербальной коммуникации. Таковым стал семиотический подход, реализуемый семиотикой.

Семиотика или семиология – наука, исследующая свойства знаковых систем и соответственно знаков. С момента своего появления семиотика находится на стыке наук, получает материал из различных наук, обрабатывает его и затем передает этим наукам свои обобщения. Таким образом, семиотика может служить инструментом для всех наук, ибо любая наука использует знаки и выражает свои результаты с помощью знаков. Семиотика, с одной стороны, близка к кибернетике, исследующей процессы управления и связи в живом организме, природе и обществе, а, с другой, – к лингвистике, изучающей самую полную и совершенную систему связи – человеческий язык.

Объектом изучения семиотики является знаковая система – совокупность знаков, устроенная определенным образом. Знаковая система есть материальный посредник, который служит для обмена информацией между двумя другими материальными системами. Понятие знака – минимальной единицы знаковой системы, которая несет информацию, – лежит в основе семиотики.

Как уже было сказано выше, основные принципы семиотики сформулировал Ч. С. Пирс. Ему же принадлежит и сам термин «семиотика». В XX в. семиотика приняла лингвистический уклон, во многом благодаря деятельности Ф. де Соссюра.

По объекту изучения современная семиотика разделяется на три больших блока: 1.) семиотика языка и литературы, объектом изучения которой являются проявления языка-речи или тексты; 2.) знаковые явления других родов, такие, как живопись, архитектура, музыка, кино, обряды, ритуалы, с точки зрения их как знаковых систем; 3.) системы коммуникации животных и системы биологической связи в человеческом организме.

Таким образом, каковы бы ни были знаковые системы, действуют ли они в обществе, в природе или человеке (его организме, мышлении или психике) они предмет семиотики. Общая семиотика подразделяется на ряд частных наук: биосемиотику, этносемиотику, лингвосемиотику и др. Нас будет интересовать лингвосемиотика, и именно на ней мы и сконцентрируем свое внимание.

Лингвосемиотика (как и семиотика литературы) – это наука о таких знаковых системах, которые обладают *высказываниями*. Чаще всего высказывание – это предложение. Однако предложение становится высказыванием лишь в пределах текста.

*Семиотика выделяет три основных аспекта изучения знака и знаковой системы: 1.) синтактику, изучающую отношения между знаками, т.е. внутренние свойства систем знаков; 2.) семантику, изучающую отношения между знаками и обозначаемым предметом внешним миром и внутренним миром человека, т.е. содержание знаков; 3.) прагматику, изучающую отношение между знаком и человеком, т.е. тем, кто пользуется знаками: говорящим, слушающим, пишущим, читающим.*

В разделении семиотики на синтактику, семантику и прагматику видны следы происхождения семиотики из средневекового «тривия» гуманитарных наук. Тривий состоял из грамматики, риторики и логики (диалектики). Части тривия по предмету изучения и по задачам, которые в их рамках ставились, соответствуют частям семиотики: грамматика – синтактике, логика – семантике, риторика – прагматике.

Разделение на семантику, синтактику и прагматику ввел Ч. Моррис. Сначала ученые занимались в основном синтактикой: синтаксисом, композицией, морфологией текста. Затем центр исследований переместился в область семантики: изучались отношения элементов (знаков) к внешнему миру, соотношение знак – понятие, языковая «картина мира». В последние годы основные исследования ведутся в области прагматики (говорящего и пишущего субъекта, его различных Я; отношений между отправителем и адресатом, говорящим и слушающим, пишущим и читающим; словесного воздействия, убеждения и т.п.).

*Синтактика* изучает объективные законы устройства знаковых систем. Её задачей является описание запаса правильно построенных текстов (составных знаков) для различных классов знаковых систем. В идеале она должна описывать все допустимые тексты. Однако в настоящее время на практике это реализовано только для искусственных языков. В случае естественного языка формальное описание синтактики (прежде всего синтаксиса) получено лишь фрагментарно. Причины этого – избыточность естественного языка в отличие от искусственных знаковых систем, а также динамичность системы естественного языка, ее постоянное движение, развитие.

Примером неполноты описания может служить система естественного (русского) языка, для которого характерно обилие исключений в системе грамматических и синтаксических правил. Многие исключения – это осколки системы языка в различные моменты своего исторического развития. Обычно «несистемны» наиболее употребительные слова и конструкции, так как в силу частого употребления их форма запоминается носителями языка автоматически и без труда, вследствие чего «застывает» и с течением времени выпадает из системы языка, которая находится в постоянном движении, изменении. Таковы, например: 1.) непродуктивные (не

пополняющиеся новыми единицами) словообразовательные типы глаголов в русском языке: давать, создавать, ставить, -знавать (типа познавать(ся), узнавать); 2.) фразеологизированные структурные схемы простого предложения, т.е. предложения с индивидуальными отношениями компонентов и с индивидуальной семантикой, когда связываются друг с другом идиоматически, служебные и местоименные слова, частицы и междометия функционируют не по действующим синтаксическим правилам: Люди как люди; Нет чтобы помолчать; Праздник не в праздник; (Мне) не до отдыха; Учиться так учиться и т.д.

В случае естественного языка максимально полное описание синтактики может быть достигнуто с помощью методов языкового прогнозирования, но они в настоящий момент еще далеки от совершенства.

*Семантика* изучает законы смысла. Центральным понятием семантики является понятие *значения*. Обычно для разъяснения структуры языкового значения используется «семантический треугольник». Одну из вершин треугольника символизирует *знак* (слово), вторую вершину – *понятие*, третью – *денотат* (предмет). Сторону треугольника между знаком и понятием характеризует – *значение*.

В значении слова находит обобщенное отражение, определенный предмет, «фрагмент» действительности: слово является названием не отдельного предмета, а целого класса предметов. Предметы и явления действительности отражаются в сознании человека в виде логических понятий. Таким образом, *значение есть соотнесенность знака (слова) с определенным понятием*.

Например, слово «стул» обозначает класс реально существующих предметов. Все существующие виды стульев отображаются в нашем сознании в виде понятия о стуле. Значение слова «стул» содержит лишь минимальный набор характерных признаков, которые берутся обычно из числа признаков понятия, позволяющих соотнести слово и обозначаемый предмет.

В семантическом треугольнике обязательными компонентами являются *знак* и *понятие*, а *денотат* может отсутствовать. Например, возьмем слово «кентавр», у него есть знак, понятие, но нет денотата, так как обозначает это слово существ, которых в природе нет, т.е. класс фиктивных предметов.

Знаком является и предложение. Понятие предложения-высказывания – центральная категория лингвосомиотики. Смысл предложения-высказывания заключается в высказанном в нем *суждении*, а денотатов у предложения бывает только два – «истина» и «ложь», т.е. соответствие или несоответствие высказанного в предложении суждения реальному положению вещей. Семантический треугольник для данного типа знака следующий: одна его вершина – это знак (предложение), вторая вершина – понятие (смысл), третья – денотат («истина» или «ложь»), сторона между знаком и понятием – значение.

В сложном предложении придаточная часть перестает рассматриваться как истинная или ложная; с этой точки зрения рассматривается только главная часть.

Возможны предложения, у которых есть смысл, но нет, а иногда и не может быть денотата: 1.) Знаменитое предложение Б. Рассела «*Нынешний король Франции лыс*» не является ни истинным, ни ложным, так как Франция – республика и сейчас там вообще нет короля; 2.) Хомский Н. считал совершенно бессмысленным *Бесцветные зеленые идеи яростно спят*. Однако позднее Р. Якобсон доказал, что даже этому предложению можно придать смысл: бесцветные идеи – «невыразительные идеи», зеленые – «незрелые», спят – «не работают», яростно – может быть истолковано в этом контексте как «окончательно и агрессивно».

В «семантическом треугольнике» помимо отсутствия денотата возможна неоднозначность соответствия знак – понятие – денотат (предмет), выражающаяся в омонимии, полисемии, синонимии.

Явление *омонимии* состоит в том, что существуют два совершенно одинаковых по форме знака, каждый из которых имеет свое значение, причем эти значения между собой совершенно не связаны, так же как и соответствующие понятия и денотаты. Пример, ключ (для замка) – ключ (родник).

Развитие *полисемии* (многозначности слова) с семантической точки зрения объясняется законом асимметрии знака и значения. Знак и значение обычно полностью не покрывают друг друга. Один и тот же знак стремится обладать иными функциями, нежели его собственная, а значение стремится к тому, чтобы выразить себя иными средствами, нежели его собственный знак. Они асимметричны... Эта асимметрия объясняет природу языковых единиц, которые обладают, с одной стороны, устойчивостью, выполняя коммуникативную функцию, а, с другой, – подвижностью, изменяясь в соответствии с условиями конкретного контекста. В результате постоянного расширения круга ситуаций, в которых используется та или иная языковая единица, происходит пошаговое, частичное изменение семантической структуры лексических единиц, обогащение их семантической структуры. Одновременно каждое из значений стремится выразиться в новом знаке: *Корабль идет. Корабль плывет*. Таким образом, каждая лексическая единица входит в пересекающиеся ряды полисемии и синонимии.

Явление *синонимии* в семиотике интерпретируется весьма широко. В семиотике синонимы – два равнозначных, но не тождественных выражения. При этом под равнозначностью понимается: 1.) либо соотнесенность с одним и тем же денотатом (предметом); 2.) либо соотнесенность с одним и тем же понятием, точнее с той его частью, которая содержит характеризующую информацию. В первом случае говорят об *экстансиональной* синонимии, во втором – об *интенциональной*. Примеры.

1. Слова *картина – шедевр – мазня* – экстансиональные синонимы, если они используются говорящими для обозначения одного и того же конкретного произведения живописи (денотата), а слова *картина – полотно*

– интенциональные синонимы, так как соотнесены с одним и тем же понятием «картина любого художника».

2. Слова *абрикос*, *курага*, *урюк* – экстанциональные синонимы, так как обозначают плод абрикосового дерева, но при этом соотносятся с разными понятиями: абрикос – свежий фрукт, курага – «высушенный, разделенный на две половины и без косточки абрикос», урюк – «высушенный цельный абрикос с косточкой». В то же время слово *абрикос* и выражение *плод абрикосового дерева* с точки зрения семиотики – интенциональные синонимы, так как, прежде всего, соотносятся с одним понятием – означаемым.

3. Таким образом, слова, являющиеся интенциональными синонимами, одновременно всегда являются и экстанциональными синонимами, но не наоборот. Пары слов: *бегемот* – *гиппопотам*, *бортпроводница* – *стюардесса*, *художник* – *живописец* могут рассматриваться одновременно и как интенциональные, и как экстанциональные синонимы.

В лингвистике исследуется преимущественно интенциональная синонимия. Экстанциональная до недавнего времени рассматривалась гораздо реже, но сейчас ей стали уделять больше внимания. Особенно это относится к работам, посвященным описанию различных приемов воздействия на слушателя (читателя) используя средства массовой коммуникации.

Этот интерес объясняется тем, что в предложении экстанционально синонимичные выражения далеко не всегда могут быть заменены друг другом так, чтобы информация, передаваемая предложением, не изменялась. Примеры.

1. Выражения *зачинатель перестройки*; *человек, который начал перестройку* и *первый и единственный Президент СССР* являются экстанциональными синонимами, так как имеют один денотат (Горбачев как человек-политик, точнее общее представление об этой фигуре). Однако предложения *Горбачев – это зачинатель перестройки* и *Горбачев – это человек, который начал перестройку* несут почти одинаковую информацию, а предложение *Горбачев – первый и единственный президент СССР* имеет совершенно иное значение.

2. Если журналист описывает идущие где-либо военные действия, он выбирает лексику из серии экстанционально синонимичных выражений: *боевые действия* трактуются как *освободительная война* или *ожесточенное сопротивление банд наемников*; солдат, участвующих в этих боевых действиях, можно назвать соответственно *воинами-освободителями* или *бандами боевиков* или *наемников*.

Выбор лексики определяется политическими, эстетическими, культурными и др. взглядами пишущего (говорящего) и далеко небезразличен читающему (слушающему), ибо он придает предложению-высказыванию строго определенный смысл.

*Прагматика* изучает законы, зависящие от позиции наблюдателя. Языковые основы прагматики лежат за её пределами – в синтактике и

семантики языка. Можно сказать, что прагматика – это семантика языка в действии. Прагматику лингвистического знака – предложения можно проиллюстрировать так. Предложение-высказывание – это элемент коммуникации, который имеет субъектно-предикатную структуру (т.е. подлежащее и сказуемое) и интонационную оформленность (синтактика) и соединяет в себе функцию номинации – обозначения предметов и явлений действительности (семантика) и коммуникативную функцию (собственно прагматика). Субъектно-предикатная структура одновременно фиксирует акт номинации (обозначения) и акт коммуникации, поскольку она превращает номинацию в сообщение. Наиболее наглядно прагматика предложения-высказывания проявляется в случае рассогласования собственно номинативной и коммуникативной функций.

Например, предложение *Вы уже слишком далеко зашли*, взятое вне контекста, обозначает «Вы ушли куда-то, в каком-то направлении слишком далеко». В конкретных речевых ситуациях оно может приобрести различный коммуникативный смысл: 1. Надо возвращаться: в лесу темнеет. Вы уже слишком далеко зашли. 2. Вы уже слишком далеко зашли. Я такие слова никому не прощаю. 3. Вы уже слишком далеко зашли. В этой ситуации ничего не изменить. Придется смириться.

Основания прагматики языка кроются в общем свойстве языка, пронизывающем все его стороны, – в «субъективности». При этом прагматика рассматривает широкий круг вопросов:

1. В обыденной речи – отношение говорящего к тому, что и как он говорит: истинность, объективность, предположительность речи, ее искренность или неискренность, приспособленность к социальной среде и социальному положению слушающего и т.д.

2. Интерпретация речи слушателем – как истинной, объективной искренней или, напротив, ложной, сомнительной, вводящей в заблуждение;

3. В художественной речи – отношение писателя к действительности и к тому, что и как он изображает; отношение читателя к тексту и в конечном итоге к художественному произведению в целом.

Связующим звеном в таком широком наборе вопросов является, по мнению одних ученых, центр субъективности языка – категория субъекта, по мнению других – социальная ситуация и фактор адресата.

Рассмотрим первые две группы вопросов, которыми занимается современная прагматика.

Если анализировать отношение говорящего к тому, что и как он говорит, необходимо сформулировать определение понятия пропозициональной функции, которая составляет основу предложения-высказывания. *Пропозициональная функция – это языковое выражение, имеющее по внешней форме вид высказывания, но в действительности таковым еще не являющееся, так как содержит одну или несколько переменных.* Например, при замене переменной на ту или иную постоянную в языковом выражении *X – столица России* получаем либо истинное высказывание «*Москва – столица России*», либо ложное «*Тверь – столица России*». Таким образом,

языковое основание, дающее говорящему возможность солгать, исходит из того, что пропозициональная функция, составляющая основу каждого предложения-высказывания, сама по себе не является ни истиной, ни ложью, стоит над тем и другим.

Роль прагматических аспектов высказывания, которые может использовать говорящий для достижения своей коммуникативной цели, иллюстрирует также ситуация многоязычия.

В качестве примера можно указать на классическую ситуацию, приводимую для иллюстрации этого момента одним из основателей теории речевых актов Дж. Р. Серлом: «Допустим, говорит он, вы – американский офицер и во время войны попадаете в плен к итальянцам, союзникам немцев. Вы хотите их убедить, что вы немецкий офицер. Но из всего школьного запаса знаний немецкого языка вы помните только одну фразу. Однако, по вашему мнению, итальянцы тоже не знают немецкого языка и одни лишь звуки немецкой речи могут их убедить, что перед ними союзник. Тогда вы произносите строку из стихотворения И. В. Гете *Kennst du das Land, wo die Zitronen blihen?* При этом с помощью интонации вы пытаетесь доказать, что произносите фразу «Я немецкий офицер».

Другая группа вопросов связана с интерпретацией речи слушателем, его языковыми ожиданиями. Так, в русской культуре принято утешать человека минимизацией беды: *Велико дело! Не велика беда! Что за горе! Это ли горе! Это горюшко не горе; горе будет впереди!* Приведенные выражения для русскоязычного слушателя имеют один смысл «Беда не так велика». Если же буквально, слово в слово, перевести эти выражения на любой другой язык, они будут иметь иной смысл. Таким образом, каждое из данных выражений приобретает смысл утешения лишь в определенном контексте, в определенной речевой ситуации и культурной среде. Вне ее эти предложения лишены коммуникативного смысла.

На основе прагматических закономерностей нередко строятся тексты юмористического характера, а также – рекламные.

*Место естественного языка среди других знаковых систем.* Каждая знаковая система как звено-посредник включается в более широкую материальную систему. Знаковые системы в совокупности образуют непрерывный ряд явлений в объективной действительности. Этот ряд может быть разделен человеком. В результате все знаковые системы могут быть расположены в определенной последовательности в соответствии со степенями знаковости. Эта последовательность составляет особый закон семиотики. Это следующая «градуальная классификация»:

Тип	Пример и в каком разделе рассмотрен	Семиотическое Название	Семиотические свойства
1	2	3	4

1	След на камне от удара о другой камень	Внутреннее состояние отражения	След на камне хранит информацию об ударе, но этот след есть часть камня; знак не обладает свойством отдельности, система-посредник не выделяема из двух систем, между которыми она посредник.
2	Растение поворачивается под влиянием света	Тропизм	Изгиб растения хранит информацию о воздействии луча света, этот знак есть часть растения, но свойства отдельности знака нарастают: до падения луча изгиб был иным; знак необходим для существования растения (биологически релевантен); система-посредник не выделяема; означающее знака и означаемое им одно и то же (тождественны друг другу).
3	В семействе пчёл: распределение капелек жидкости с поверхности тела пчелы-матки	Физиологическая система связи	Знак полностью биологически релевантен, но означаемое и означающее нетождественны; система-посредник выделяема.
4	Раздувание брюшка у рыбы-колюшки; порхания бабочки-перламутровки	Этограмма	Знак биологически релевантен; означаемое и означающее нетождественны; знак выделим, выделяема и вся система-посредник, ее можно смоделировать в обобщенной форме – в виде этограммы.
5	Действия, жесты и позы человека, такие как подталкивание – знак удалиться	Паралингвистика	Знак воздействует физически, но биологически нерелевантен (не важен для существования организмов); знак выделим не всегда, система также, означаемое и означающее не тождественны, но подобны друг другу.
6	Действия, жесты и позы человека, такие как культовый танец; манера	Неявный уровень материальной культуры	Знак выделим не всегда, система также; означаемое и означающее уже не всегда подобны.

	сидеть; расстановка мебели		
7	Эмоциональная интонация, неосознанный отбор слов, неосознанная стилистика речи	Неявный уровень языка; коннотативный уровень языка	Означаемое – неявный уровень психики, поэтому знак, как и в предыдущем типе, выражает внутреннее состояние самого говорящего (оно – означаемое); означаемое и означающее не подобны друг другу, но принадлежат одной системе (одному и тому же организму).
8	Обычная устная и письменная речь	Денотативный уровень языка	Означаемое знака (слова) есть предмет объективного мира (называемый «денотат»), означающее принадлежит субъекту; знак не обладает абсолютной выделяемостью, хотя и хорошо выделим.
9	Формальное описание обычной устной и письменной речи	Структурный уровень языка	Означаемое и означающее сближаются: означаемое – общие отношения в системе языка, а означающее (запись) – форма этих отношений; знак абсолютно выделим.
10	Символическая логика	Абстрактная семиотика	Означаемое и означающее совпадают, возникает иллюзия того, что символическая логика не имеет плана содержания.

Данная классификация была предложена Ю. С. Степановым.<sup>7</sup>

Если взять естественный человеческий язык мерой семиотических языковых свойств и по очереди накладывать рубрику 8-ой шкалы на другие рубрики, то можно увидеть, что свойства языка последовательно возникают на ступенях эволюции. При этом по отношению к каждой ступени имеет смысл не только вопрос «Язык это или не язык?», но и «Насколько это язык?».

В семиотике выделяют несколько признаков естественного человеческого языка, отличающих его от других знаковых систем и, прежде всего, от систем коммуникации у животных. Главными признаками естественного человеческого языка являются: 1. *Канал для всех языковых сообщений вокально-слуховой: языковые сообщения передаются голосом и воспринимаются слухом.* Этим человеческий язык резко отличается от языка

<sup>7</sup> Степанов Ю. С. Семиотика. - М., 1971.

низших животных. Эти различия касаются способа, каким информация передается через внешнюю среду в организм. Однако с точки зрения того, что происходит внутри организма при восприятии языковых сигналов, имеется много общего даже между человеком и низшими животными.

Например, для того, чтобы воспринять сообщение, летная пчела должна повторить движения пчелы-разведчицы («танец пчел»), как и человек, который, чтобы распознать принимаемый сигнал, должен не пассивно воспринимать его, а действовать активно (хотя и не обязательно сознательно). Согласно психологическим исследованиям А. Н. Леонтьева, при восприятии звука звуковой раздражитель вызывает ответную реакцию у человека и он сам начинает «интонировать», «подбирать» высоту звука. Происходит как бы активный поиск изнутри такой высоты звука, которая будет отвечать высоте звука, заданной извне. Когда интонируемая высота совпадает с заданной, происходит «резонанс» сигналов, поиск прекращается – человек воспринял высоту звука. Именно поэтому очень важно совпадение тембра голоса оратора и слушателей, а также темпа речи. Как правило, слишком высокий голос вызывает раздражение. Не менее негативно воспринимается слушающим и речь, которая является слишком медленной (или слишком быстрой) относительно его собственной речи. *2. Языковая деятельность не имеет непосредственного биологического значения, иначе говоря, она биологически нерелевантна (несущественна).* Как бы не изменялся характер речи (тембр, высота голоса, скорость, интонация и т.д.) в процессе разговора, это нисколько не повлияет на биологические свойства окружающей среды. В то же время знаковые системы животных имеют и значение сигнала, и чисто биологическое значение. Например, в наиболее тонко организованном виде связи – «танцах пчел» - существует прямая зависимость между энергией, передаваемой с сигналом, и расстоянием, на который дается сигнал. Если бы человеческий язык был организован по тому же принципу, то для сообщения о чем-нибудь очень большом человеку пришлось бы кричать, а сообщая об очень маленьком, говорить шепотом.

Одно из следствий этого положения относится к интонации. Характер и значение интонации не зависят от абсолютной силы звука. Если убавлять от большой громкости звуковую запись крика, восклицания и т.п. до едва слышимого писка, то все равно это будет восприниматься как крик, восклицание, а не как шепот. Отсюда практический вывод: если вы хотите максимально повлиять своей речью на собеседника, хотите, чтобы он хорошо вас услышал и понял, вовсе не обязательно «давить на голос».

*3. Произвольная семантизация.* Между самим знаком и тем, что он означает, всегда существует связь, иначе знак не был бы знаком. Так, когда мы видим во дворе дерево, которое растет и зеленеет, то это не означает ничего, кроме того, что оно растет и зеленеет. *Связь между явлением, выступающим в качестве материального знака, и тем явлением, которое им означается, называется семантизацией (приданием смысла).* Без семантизации нет языка. Например, то же самое зеленеющее во дворе дерево, появляющееся в последнем кадре фильма о победе добра над злом, в знаковой системе

фильма будет означать, скорее всего, эту победу. В данном случае знаку в контексте фильма придан определенный смысл, что и сделало его знаком.

Семантизация свойственна и животным системам связи. В языке животных семантизация всегда заключается в том, что явление-сигнал и явление, сигнализируемое материально (биологически), подобны друг другу. В человеческом языке между явлением-сигналом и сигнализируемым явлением связь устанавливается независимо от какого-либо материального, физического или биологического подобия между ними. Так, между танцем пчелы (это знак) и положением поля, где можно собрать нектар (сигнализируемое явление) существует физическое подобие в размерах и направлении. В человеческом же языке между выражением *танец пчелы* (это знак) и самим танцем (это означаемое явление) не существует подобия. В этом смысле семантизация в человеческих языках произвольна. Это не означает, что она может осуществляться по воле случая, без системы и порядка. Напротив, само изучение системы и порядка семантизации составляет одну из главных задач языкознания. Представление о произвольности, конвенциональности языкового знака характерно для структурной лингвистики и идет от ее основателя Ф. де Соссюра.

Знаки животного мира воссоздают означаемое явление; наиболее развитые случаи, например, танцы пчел, воссоздают явление только в основных чертах – изображают. В отличие от них знаки человеческого языка не изображают, а символизируют. Однако на самом деле все обстоит сложнее, о чем писал, в частности, Р. Якобсон. Во-первых, в языке существуют звукоподражательные слова (междометия «Ух!», «Хрясь!», «Трах!»), которые похожи на свои планы выражения (денотаты) – соответствующие звуки. От таких междометий образуются глаголы (*ухнуть*, *хряснуть*, *трахнуть* в значении «ударить»), следовательно, область неконвенциональных знаков в языке расширяется. Во-вторых, грамматические формы порой индексально напоминают то, что они изображают. Так, в ряде языков положительная, сравнительная и превосходная степени прилагательных различаются по количеству букв в сторону увеличения: белый – белее – белейший.

Другие отличия человеческого языка от систем связи у животных вытекают из перечисленных трех главных свойств, являются его следствиями. К ним относятся: рассеянная передача и направленный прием, быстрое затухание, взаимозаменяемость, полная обратная связь, разобщенность, открытость, традиция и обучение, обратимость.

*Соотношение язык – речь. Речевое общение как способ коммуникации. Функции речи.*

Одним из основных средств коммуникации является речь, речевое общение. По подсчетам ученых, человеческое общение на две трети состоит из речевого общения. Понятие «*речь*» имеет несколько значений. 1.) Это особый вид человеческой деятельности; 2.) Разновидность общения при помощи языка, то, что обычно называют стилем языка, слогом, которая характеризуется отбором определенных лексических и грамматических

средств в зависимости от условий и целей коммуникации (деловая речь, официальная речь, поэтическая речь, профессиональная речь); 3.) Виды синтаксического построения высказывания (косвенная и прямая речь, отрывистая речь, чужая речь и т.д.).

Нас интересует, прежде всего, первое значение. *Речь – это особый вид деятельности, который существует наряду с другими видами деятельности.*

Так как «речевая деятельность есть специализированное употребление речи для общения, частный случай деятельности общения», то «речь есть потенциальный компонент *любой* деятельности, например, познавательной, мнемической, мыслительной и т.п.»<sup>8</sup> Говорящий или пишущий, осуществляя эту деятельность, использует средства языка в двух основных целях: для общения с другими людьми или для обращения к самому себе. Таким образом, речь как психологическое явление соотносится с категориями мышления, памяти и т.п.

В языкознании речь изучается внутри оппозиции язык – речь и обычно понимается как реализация системы языка. Эта оппозиция впервые была выделена и описана Соссюром в «Курсе общей лингвистики».

Соссюр рассматривал речевую деятельность как своего рода интеграл языка и речи. Язык представляет собой как бы потенцию, некую систему, структура которой до сих пор не до конца изучена, но которая, несмотря на это, известна всем членам данного языкового сообщества и является продуктом его деятельности, т.е. носит социальный характер. Система языка находит свою реализацию в речи, т.е. язык присутствует в нас постоянно в состоянии возможности. Речь – это актуальное, индивидуальное; речь присутствует в нас время от времени в состоянии действительности. Развивая идею Соссюра, исследователи предполагают, что речевая деятельность как целое, как интеграл включает последовательность: это последовательность перехода языка, постоянно существующего в говорящем (следовательно, вне зависимости от конкретного момента), к речи (в речь), принадлежащей говорящему только в конкретные моменты времени.

От того, каким образом осуществляется этот переход, зависит характер воздействия речи говорящего (пишущего) на собеседника или читателя.

Теперь обратимся к функциям речи (языка). Вопрос о конкретных приемах речевого воздействия теснейшим образом связан с общей проблемой функций речи (языка). Известно, что языковое оформление каждого конкретного сообщения определяется в своей основе целями, которые ставит перед собой его автор. Каждое высказывание выполняет ту или иную функцию в процессе коммуникации (привлечение внимания, установление контакта, передача информации и пр.). Частные функции конкретных высказываний могут быть объединены в более общие, которые и называют функциями речи. Обычно выделяют три основных и ряд частных функций. К основным функциям относят: 1.) *коммуникативную* или

---

<sup>8</sup> Леонтьев А. А. Психология общения. - М., 1999., с. 56.

репрезентативную (репрезентация – представление, образ, изображение), которая является доминирующей; 2.) *апеллятивную* (апелляция – призыв, обращение, т.е. воздействие), которая грамматически наиболее ярко выражена в звательной форме и повелительном наклонении (Андрей! Иди сюда!); 3.) *экспрессивную* (экспрессия – выражение и выразительность). Среди частных функций выделяют: 4.) *фатическую*, осуществляющуюся посредством обмена ритуальными формулами, т.е. затрагивающую преимущественно область речевого этикета (Добрый день. Рад вас видеть. – Взаимно. Как ваши дела?); 5.) *метаязыковую*, т.е. функцию толкования, когда говорящему или слушающему необходимо проверить, пользуются ли они при общении одним и тем же кодом; таким образом, предметом речи становится сам код (Вы понимаете, что я имею в виду? Уточните, что вы понимаете под словом?...).

Кроме того, часто упоминают еще *поэтическую*, *эмотивную*, *волюнтаривную* функции. Естественно, нужно помнить, что невозможно найти речевые сообщения, в которых выполняется лишь одна из означенных функций. Различия между сообщениями заключаются не в монопольном проявлении какой-либо одной функции, а в их различной иерархии. Словесная структура сообщения зависит, прежде всего, от преобладающей функции.

Таким образом, система функций речи представляет иерархическую структуру. Чтобы выполнять свою основную функцию средства коммуникации, речь должна выполнять конкретные функции общения и сообщения. Для реализации последних необходимо оформить мысли, т.е. предполагается функция репрезентации. Её составными и подчиненными частями являются функции экспрессии и апелляции. Фактически функция репрезентации невозможна без обеих своих составляющих, но и они невозможны без нее. Примеры чистой апелляции во многом условны, так как любая реальная команда имеет некое языковое выражение, следовательно, несет в себе элемент экспрессии, т.е. прежде всего, маркирована или нейтральна с точки зрения экспрессивности, эмотивности и т.п.

Таким образом, в процессе любого речевого акта реализуются и частные функции. При этом от того, какая функция преобладает в конкретном речевом сообщении, зависит характер воздействия на собеседника.

Схема функций речи еще более усложняется, если учесть, что язык используется не только для коммуникации, но и в других видах деятельности. Так, познавательная функция языка реализуется в познавательной деятельности, т.е. в мышлении. Язык используется и в мнемической деятельности как опора памяти и т.п. Эти функции языка изучаются, прежде всего, философией и психологией.

Итак, функции, которые выполняет речь в каждой конкретной ситуации общения, определяют внешний вид высказывания, в первую очередь отбор слов и синтаксических конструкций. Отсюда следует, что для успешного общения необходимо знать основной набор языковых средств, которые используются для выполнения тех или иных речевых функций.

*Речь как способ передачи информации.* Важнейшей функцией речи является коммуникативная, т.е. обслуживание процесса коммуникации. Коммуникативный процесс можно рассматривать как обмен информацией между людьми, информационный аспект общения, а целью коммуникативного процесса считать осознание и понимание передаваемой и получаемой информации.

В повседневной практике под информацией обычно понимают сведения, которые представляют определенный интерес для людей и которыми люди обмениваются в процессе общения. Понятие «информация» трактуется учеными неоднозначно. Так, Н. Винер писал, что информация – это «обозначение содержания, полученного из внешнего мира в процессе нашего приспособления к нему и приспособления к нему наших чувств».<sup>9</sup> Другие представители кибернетического направления часто определяют информацию как меру организации, противоположную энтропии. Гальперин И. Р. считает, что информация снимает неопределенность, неполноту, сообщения какого-либо рода. Понятие информации оказывается тесно связанным с понятиями аксиологии (ценность сообщения), психологии (новизна), математики (объем и количество), прагматики (использование информации), семиотики (знаки и символы, посредством которых передается информация). Нас будет интересовать использование информационных методов в лингвистическом аспекте коммуникации.

*Информацию, содержащуюся в человеческой речи, можно определить как вербализованную передачу уже добытых, осмысленных и организованных фактов объективной действительности.*

В единице языка – предложении уже давно фигурируют такие понятия, как «данное» и «новое». Применительно к высказыванию «новое» можно интерпретировать как информацию. Каждая единица языка имеет определенное содержание и потенциально несет в себе некоторый объем информации. Последний зависит от величины, характера и независимости данной единицы. Условно можно принять, что содержание языковой единицы – это совокупность признаков (основных, производных, ведущих, второстепенных, постоянных, переменных, закономерно проявляющихся и случайных) понятия, выраженного данной единицей. *Информационность языковой единицы – это мера содержания данной единицы в конкретной реализации.*

Не только слово, но и другие единицы языка, перерабатывая содержание в информацию, становятся единицами речи. В фактах языка информация выступает лишь в качестве потенциально возможных реализаций всего содержания единицы, причем при некоторых условиях содержание языковой единицы может быть расширено в связи с особенностями ее реализации в речи.

---

<sup>9</sup> Винер Н. Кибернетика. - М., 1958.

Информация единицы языка реализуется только в связном контексте. Комбинаторность единицы языка может обеспечить некоторую долю информации сверх заключенной в содержании этой единицы.

Рассмотрим особенности основной модели передачи информации с точки зрения вербальной коммуникации. Информация средствами языка начинается с экстралингвистических категорий и проходит стадии кодирования, отправления, возможных искажений, получения, декодирования, расширения, понимания, реализации, т.е. действия в соответствии с полученной информацией.

*Источником* информации в вербальной коммуникации, как правило, выступает говорящий или пишущий субъект, т.е. создатель сообщения. *Каналом* информации может быть голосовой аппарат создателя сообщения, письмо, а также технические средства распространения информации (печать, радио, телевидение, компьютерные сети) и те условия, в которых осуществляется посылка сигналов. Каналы иногда подразделяются на средства массовой коммуникации и межличностные каналы. *Код* в случае речевого общения – это сама речь. При этом *кодирование* определяется как перевод информации из внутримозгового кода в языковые единицы, а *декодирование* – как обратный ему процесс восприятия и понимания высказывания. Внутренняя переработка связанной со словом информации при порождении, восприятии и понимании речи является объектом психолингвистики.

Теоретические модели процессов восприятия, кодирования, распознавания вербальных сигналов можно условно разделить на два типа. Модели первого типа описывают процессы, которые протекают при восприятии и порождении текста; модели второго типа ориентированы на представление структур – относительно стабильных функциональных образований, работающих при действии рассматриваемой функции.

В качестве модели первого типа можно назвать модель понимания целостной языковой структуры, разработанную В. Кинч и Т. ван Дейк. Согласно этой модели, процесс восприятия текста протекает в несколько этапов: на первом этапе выделяются субъектно-предикатно-объектные структуры (пропозиции); на втором – формируется семантическая сеть, объединяющая выделенные пропозиции; третий этап наступает при переполнении кратковременной памяти воспринимающего текст человека, когда на основе целевых схем происходит вычленение главной информации и сворачивание текста в своего рода «конденсат» информации – обобщающее понятие или суждение.

Примером модели второго типа, описывающей структуру речезыкового механизма, является разработанная Т. Н. Ушаковой обобщающая модель речемыслительного процесса. Структура, относящаяся к одному из участников коммуникации, состоит из блока восприятия речи, блока произнесения и центрального блока. Каждый из блоков производит специфические кодовые операции. Блок восприятия выполняет задачи доставки информации субъекту: он перерабатывает поступившие из

внешнего мира акустические сигналы, переводя их во внутренний код, специфичный для мозга. В центральном блоке осуществляются смыслообразующие функции и хранение языкового опыта в его описанных лингвистикой формах. Этот блок имеет несколько уровней: уровень базовых структур (слов) с морфемным подуровнем; уровень межсловесных связей, или «вербальная сеть»; уровень грамматических структур; уровень текстовых операций. Система структур формируется с раннего детства под воздействием многих факторов и в тесном взаимодействии с другими когнитивными структурами и функциями, прежде всего теми, которые обеспечивают познание и мышление. Блок произнесения отвечает за выведение информации от субъекта к адресату, здесь внутренние кодовые команды переводятся в команды артикуляторным органам.

*Выбор кода* при передаче вербальной информации, как правило, происходит автоматически. Обычно кодом является родной язык говорящего как наиболее экономичное, быстрое и эффективное средство передачи сообщения. Код при речепорождении можно также рассматривать и как средство зашифровки сообщения, т.е. средства сделать декодирование информации невозможным для тех, кто не располагает ключом к коду. В первом случае получатель знает коды и производит декодирование в определенной степени автоматизировано, что характеризует обычный, обиходный язык. Во втором случае декодирование не может и не должно быть автоматизировано (например, язык художественной литературы или язык дипломатических сообщений). Язык обладает способностью не только автоматизироваться, но и деавтоматизироваться, не только строить последовательность своих символов по принципу предсказуемости, но и строить ее так, чтобы последний член речевой цепи был полностью непредсказуем, не только пользоваться уже выработанным языковым кодом, но и создавать новый код; не только применять свой шифр для декодирования сообщения, но и пользоваться информацией из смежной области.

Частота употребления, автоматизация восприятия, периодичность, вероятность – понятия не взаимообусловленные. Способность нашего сознания устанавливать периодичность, приходить в состояние ожидания следующего явления фактически обеспечивает автоматизм восприятия, так как декодирование сообщения предсказуемо. Повторяемость единиц, время и расстояние между этими повторяющимися единицами, опыт наблюдений над их характером и над их причинно-следственным функционированием, с одной стороны, увеличивают объем информации, а, с другой, – способствуют выработке «ожидания». Частота употребления какой-либо языковой единицы повышает вероятность ее появления в потоке символов кода и соответственно увеличивает предсказуемость появления этой единицы.

*Помехи и искажения* – следующий важный элемент рассматриваемой модели передачи вербальной информации. Применительно к речевым каналам распространения информации искажения могут быть обусловлены собственно лингвистическими, экстралингвистическими или акустико-

произносительными причинами (графическим обликом сообщения в письменной речи).

Лингвистические искажения связаны с недостаточной отточенностью фразы (мысль в стадии оформления), чрезмерной усложненностью сообщения («заумь»), отсутствие разработанных кодов для разных типов сообщения.

Экстралингвистические помехи и искажения обусловлены, как правило, запасом знаний получателя сообщения, перегрузкой сообщения незнакомыми сигналами. Так, американский ученый Д. Клаппер заметил, что там, где привычки и взгляды людей сформированы и приняты за основу, где они составляют систему принципов, настойчивое утверждение новых норм или ценностей может встретить серьезное сопротивление. Защитные механизмы человеческой психики выбирают ту информацию, которая соответствует предрасположениям индивида, которая приемлема. Человек запоминает совпадающую с его предрасположениями информацию и не воспринимает то, что противоречит его взглядам, убеждениям.

К акустическим (графическим) помехам приводят дефекты речи, нечеткая дикция, невыразительность, слишком высокий или слишком низкий темп речи, неправильное синтагматическое членение, чрезмерная или недостаточная громкость, на письме – неправильная разбивка на абзацы, алогичная связь между членами высказывания.

Чтобы придать языку помехоустойчивость, любая информация должна обладать некоторой долей избыточности. *Избыточность информации* – полное или частичное повторение сообщения, которое обычно сопровождается получением новых данных и служит лишь для проверки и корректировки наших представлений. Статистическая обработка большого числа текстов, сопоставление длин переводов одного и того же текста на разные языки и многочисленные эксперименты по угадыванию букв текста показали, что при равномерной нагрузке речевых единиц информацией тексты могут стать короче в 4-5 раз. Однако это привело бы к осложнению восприятия сообщения, уменьшению помехоустойчивости. Гальперин замечает, что в потоке речи избыточность помогает выделить главное, оттенить существенное, приглушить второстепенное и тем самым дать возможность сконцентрировать внимание на самой информации.

Для среднего читателя с объемом знаний в пределах средней школы избыточность информации должна составлять от 50 до 95% запаса знаний в рассматриваемой области. Слишком малая избыточность информации затрудняет понимание сообщения из-за перегрузки информацией. Без некоторой степени избыточности информация максимальна, при этом она не имеет тезауруса. Сообщение, не содержащее избыточной информации, – самое трудное для понимания. В то же время чрезмерная избыточность сообщения представляет собой полное отсутствие информации, что также нежелательно.

Восприятие информации возможно при выполнении следующих условий: 1.) Когда предел скорости восприятия информации оказывается

превзойден, индивид начинает отбирать в предложенном ему сообщении формы, которые являются элементарными для его понимания; 2.) Чем больше в сообщении структурности, тем оно понятнее, тем более оно избыточно и тем ниже его оригинальность; 3.) Периодичность – повторение одних и тех же языковых единиц системы на определенном, фиксируемом временном и пространственном протяжении.

*Получатель информации* (слушающий, читающий) становится ключевым компонентом рассматриваемой модели на последних этапах передачи вербальной информации. Ради этого компонента и происходит коммуникация. Получателем может быть как индивид, так и группа индивидов, а также численно большие, гетерогенные массовые аудитории. Получатель принимает сигнал и осуществляет процесс декодирования – перевода речевого кода во внутреннемыслительный. Далее, как правило, следует обратная связь – реакция получателя на сообщение источника.

Очень важная характеристика вербальной информации – ценность. *Под ценностью информации понимают новую информацию, полученную от языковой формы, т.е. от реализации информативности, содержащейся в самом языковом знаке.* Ценность информации снижается в том случае, если она повторяется после полного декодирования. Так, при восприятии бытовых текстов восприятия автоматизированы до такой степени, что их информативность теряет некоторую долю своей ценности, а в художественных текстах часть процесса декодирования деавтоматизирована и требует более длительного времени для ее кодирования. Поэтому, если акт коммуникации ставит своей целью передачу чего-либо вновь познанного в содержательно-интеллектуальном плане, то информация имеет определенную ценность только в момент ее передачи и восприятия. Если такая информация не дополняется какими-то новыми данными, то она теряет свою ценность и переходит в тезаурус, который часто отождествляется с понятием накопленной информации.

Если же акт коммуникации ставит своей целью передачу чего-либо познаваемого путем соотношения содержательно-интеллектуального плана и текстовой формы, в которой этот план реализуется, то ценность такой информации убывает очень медленно. Социально важная информация всегда объективно ценна. Ценность ее не уменьшается в результате многократных повторений, если эти повторения варьируются по форме. На этом принципе строится многое в информации пропагандистского характера, рекламе, где задача сообщения заключается не только в передаче сообщения, но и в воздействии на получателя сообщения.

Таким образом, оценка информации содержательного характера определяется ее новизной, свежестью, неожиданностью. Для информации эстетического характера эти качества не являются определяющими, художественная форма не столько носитель информации, сколько сама информация.

При этом информация эстетического характера, требующая больших усилий при декодировании, лучше запоминается. До распространения

письменности, когда важную информацию можно было хранить лишь в памяти, она представлялась именно в художественной форме (мифы, исторические предания, легенды, пословицы, поговорки, молитвы, заклинания).

Таким образом, можно кратко охарактеризовать главные особенности вербальной коммуникации. Во-первых, в реальном общении целью акта коммуникации выступает чаще всего не собственно передача информации, а некоторое воздействие на собеседника. Воздействие может быть явным и весомым, но оно осуществляется и в случае, когда реплика содержит просто сообщение. Выделяют три основных типа результатов коммуникации:

- 1.) изменения в знаниях получателя;
- 2.) изменение установок получателя;
- 3.) изменение поведения получателя сообщения.

Во-вторых, рассматривая компоненты модели передачи информации, мы описали информационный поток как однонаправленный. Однако живая речь подразумевает не однонаправленную передачу информации, а взаимный обмен ею. В процессе коммуникации говорящий и слушающий поочередно меняются ролями, высказываясь об общем предмете разговора. За речевым действием – акцией всегда следует реакция. Последовательность акции и реакции образует акт речевого взаимодействия, элементарный диалог. Если цель инициатора общения в этом акте не достигается, продолжается обмен речевыми действиями. При этом инициатива может переходить от одного собеседника к другому, так что реакция в одном акте общения может стать акцией в следующем. Так создается цепочка согласованных действий собеседников, диалог, текст. Диалог завершается, когда, по мнению обоих собеседников, его цель достигнута.

*Формы речевой коммуникации. Диалог, монолог, спор.*

В зависимости от направленности речевого потока при коммуникации выделяют диалогическую и монологическую речь. При однонаправленном речевом потоке коммуникация характеризуется активностью только одного из коммуникантов. Такая речь называется монологической. Речь считают диалогической, если передача информации направлена в двух и более направлениях, причем у каждого коммуниканта периоды речевой активности сменяются периодами восприятия и обработки полученной информации.

*Диалогом называется форма речи, состоящая из обмена высказываниями-репликами, характеризующаяся ситуативностью (зависимостью от обстановки разговора), контекстуальностью (обусловленностью предыдущими высказываниями), произвольностью и малой степенью организованности (т.е. незапланированным характером). Диалог обычно противопоставляется монологу. Подвидом диалога является полилог, возникающий при числе участников речевого общения больше двух.*

Диалог считают первичной, естественной формой языкового общения. Генетически он восходит к устно-разговорной сфере, для которой характерен принцип экономии средств словесного выражения. Информативная полнота

диалогической речи в значительной степени обеспечивается интонацией, мимикой и жестами ситуативной обусловленностью.

Для диалога характерны полифункциональность форм, семантический синкретизм, экспрессивность, словотворчество. Осуществляемый в условиях непринужденного общения диалог часто строится по правилам, характерным для устной речи (неполный стиль произношения, своеобразный синтаксис, ситуативные лексические новообразования). К основным языковым особенностям диалога относятся: 1.) Наличие повторов и переспросов в реагирующих репликах; 2.) Синтаксическая неполнота реплик, компенсируемая за счет предыдущего высказывания; 3.) Обилие вопросительных и побудительных предложений среди стимулирующих реплик.

Выделяют следующие типы диалога: информативный диалог, прескриптивный диалог, диалог – обмен мнениями с целью принятия решения/выяснения истины, диалог, имеющий целью установление/регулирование межличностных отношений, праздноречивый диалог, внутри которого выделяют в качестве подтипов эмоциональный, артистический и интеллектуальный диалоги.

*Информативный диалог* обычно состоит из вопросно-ответных пар, хотя может включать в себя также свернутый монолог или риторический вопрос. Целью информативного диалога является получение информации.

*Прескриптивный диалог* содержит просьбу, приказ и обещание или отказ выполнить предлагаемое действие. При этом подразумевается, что говорящий выдает программу действий, а слушающий берется за ее исполнение.

*Диалог – обмен мнениями* – это обычно спор, дискуссия. Оба собеседника, как правило, являются экспертами в обсуждаемом вопросе. Для данного типа диалога характерно тематическое единство при различных взглядах коммуникантов на проблему.

*Диалог, ведущийся с целью установления/регулирования межличностных отношений*, подразделяется на диалог-унисон и диалог-диссонанс. Содержанием первого являются искренние признания, второго – взаимное выяснение отношений.

*Праздноречивый диалог* направлен или на эмоциональное общение (жалобы, хвастовство, восхищение, опасение, страх), или на артистические жанры (мини-рассказ, шутка, острота, анекдот), или на информационно бесцельный, но интеллектуальный разговор.

В диалоге в наибольшей степени реализуются вопросно-ответные комплексы. Вопросы классифицируют следующим образом: уточняющие и восполняющие; простые и сложные; корректные и некорректные; нейтральные, благожелательные и провокационные.

*Уточняющие вопросы* направлены на выяснение истинности или ложности, требуют ответа «да» или «нет».

*Восполняющие вопросы* связаны с выяснением новых знаний относительно событий, явлений, предметов, их отличительный признак – вопросительные слова: «кто», «что», «где», «когда», «как», «почему».

*Простые вопросы* не могут быть расчленены на более простые высказывания.

*Сложные вопросы* включают в себя два и более простых вопроса.

*Корректные вопросы* основываются на истинных суждениях.

*Некорректные вопросы* основываются на ложных или неопределенных суждениях.

*Нейтральные вопросы* не содержат эмоциональной окраски и никак не воздействуют на личность собеседника.

*Благожелательные вопросы* подчеркивают расположенность говорящего к собеседнику.

*Провокационные вопросы* окрашены негативно и содержат скрытое или явное подстрекательство к неверным действиям собеседника.

Ответы классифицируют следующим образом: правильные, неправильные и «не по существу»; позитивные, негативные.

*Правильные ответы* дают возможность уточнить точку зрения, получить дополнительные сведения и содержат истинные, логически связанные с вопросом суждения.

*Неправильные ответы* связаны с вопросом, но неверно отражают действительность.

*Ответы «не по существу»* могут быть истинными, но они логически не связаны с вопросом и поэтому не рассматриваются.

*Позитивные ответы* содержат стремление разобраться в поставленных вопросах.

*Негативные ответы* выражают отказ отвечать на поставленный вопрос по той или иной причине (некомпетентность, соображения этического характера и пр.).

Диалог – сложно организованная целостная структура, продукт совместной деятельности коммуникантов. Даже при смене говорящих или подключении новых участников в процессе разговора обычно не возникает ни смысловых разрывов, ни сколько-нибудь значительных пауз. Собеседники прекрасно понимают друг друга: предугадывают окончание реплик, осуществляют передачу слова конкретному лицу, предотвращают сбои в развитии разговора и исправляют нарушения. Координацию действий и высказываний собеседников обеспечивают специальные приемы и правила, которые известны говорящим и регулярно используются в разговоре.

В основе смены говорящих лежит заданное правилами закономерное завершение речевого фрагмента. Если первая реплика – вопрос, вторая – обязательно ответ; приветствие сопровождается приветствием, просьба – принятием или отклонением и т.д. Этот организационный принцип, называемый принципом последовательности, задает простейшую схему построения разговора, на основе которой возникают более сложные варианты разговорной динамики. Принцип предполагает релевантность ответной

реакции, т.е. реплика соответствующего типа ожидается, хотя может быть и отсрочена.

Общие правила диалога таковы: 1.) Получателю сообщения рекомендуется выслушивать обращенное к нему высказывание; 2.) Вопрос требует ответа; 3.) Повеление требует ответа действием или словом; 4.) Повествование требует ответа повествованием или внимательным молчанием – отсутствием речи, когда слушающий извещает говорящего о том, что его речь принята и понята, выражением лица, жестом, междометием, повтором слова.

Таким образом, рекомендуемым способом действия получателя является: 1.) Умолчание, если нет вопроса; 2.) Ответ словом, если нет побуждения; 3.) Пересказ другому лицу, если нет специального побуждения и запрещения; 4.) Действие, если нет специального побуждения к бездействию.

При выборе ответа надо помнить, что повествовательные высказывания противопоставляются вопросу и побуждению, но похожи на них в структурно-функциональном отношении, поскольку у повествовательных высказываний нет обязательного ответа в виде какой-либо реплики или действия. Вопрос и побуждение, напротив, строго различаются по созданию ответной реплики.

На основе современных исследований установлены правила сочетания речевых актов – парадигмы последовательности речевых актов. Они реконструируются на основе анализа характерных речевых фрагментов в естественных условиях. Исходя из представления о возможных целях участников, моделируются типовые последовательности речевых актов и общие схемы течения диалогов разного типа (совещательных, аргументативных, конфликтных).

Нередко более удобным способом выразить коммуникативное намерение является *косвенный речевой акт*, т.е. такой речевой акт, в котором цель высказывания не совпадает с формой предложения. Особенно часто косвенным речевым актом выражают побуждение, прежде всего вежливое. Так, попросить что-либо можно с помощью вопросительного предложения: *Нет ли у вас этой книги?* Высказывания с косвенно выраженным коммуникативным намерением часто получаются из предложений со словами «зачем» и «почему»: *Зачем ты переделал этот фрагмент? Он уже готов!* Или *Почему ты так со мной разговариваешь?* Это не вопросы, а выражения протеста, несогласия. Косвенный речевой акт часто используется, чтобы выразить возражение или отказ выполнить просьбу.

В связном диалоге смысл предложения взаимодействует не только со смыслом предыдущего предложения, но и с коммуникативным намерением предыдущего высказывания, в частности, с условиями его успешности: *Что он делает? – Передвигает мебель. – Зачем? – Я тоже этого не знаю.* Слово *тоже* – реакция говорящего на условие успешности вопроса («спрашивающий не знает ответа»). Если собеседник не может правильно

отреагировать на намерение говорящего, говорящий терпит коммуникативную неудачу.

Диалог – это совместная деятельность участников, имеющих некоторую общую цель. Нормальный диалог предполагает соблюдение базовых нормативных принципов, регулирующих поведение собеседников – так называемых коммуникативных максим П. Грайса:

1. *Максима кооперации* составляет основу коммуникации. Она предполагает готовность партнеров к сотрудничеству. Собеседники могут выражать несогласие, спорить, но они должны включаться в разговор таким способом, который соответствует его общей линии и целям. Это общее положение конкретизируется остальными максимами.

2. *Максима количества*. Каждый должен вносить в разговор достаточно, но не слишком много информации.

3. *Максима качества* предписывает правдивость высказывания. Эта максима нарушается, если человек намеренно лжет или коммуницирует таким образом, который не соответствует его истинным целям.

4. *Максима релевантности*. Согласно ей, реплики должны быть уместны и отвечать текущему контексту разговора.

5. *Максима способа коммуникации* требует избегать неясности, двусмысленности, дезорганизующих действий.

Нарушение коммуникативных максим всегда связано с намерением оказать определенное воздействие на слушающего. Когда какая-либо максима нарушается, партнер приписывает сообщению некоторое дополнительное значение, которое согласует аномальную реплику с максимой. Говорящий предполагает знание партнером правил, позволяющих понимать и объяснять нарушение коммуникативных максим. Этот механизм обеспечивает использование всевозможных не прямых утверждений, важных с точки зрения тактики разговора, в частности соблюдения правил вежливости. Так, на вопрос. *Сколько рублей вам это стоило?* Можно услышать *Достаточно*. Ответ нарушает максиму количества и рассчитан на то, что адресат установит не выраженное прямо значение сказанного *Это вас не касается*.

Максимы Грайса – не единственные правила, по которым строится диалог. Так, известный автор учебника «Теория риторики» Рождественский Ю. В. приводит следующие законы, которым подчиняются диалоги:

1. *Закон времени* – бесконечное продолжение диалога в одном виде словесности уничтожает информационную ценность речи и наоборот.

2. *Закон аудитории* – бесконечное расширение аудитории в одном виде словесности уничтожает информационную ценность речи и наоборот.

3. *Закон компетентности аудитории* – бедность знаний по предмету речи в аудитории уничтожает информационную ценность речи и наоборот.

4. *Закон уместности* – организация диалога по месту, времени и участникам, не учитывающая интересы участников к предмету диалога, уничтожает информационную ценность диалога.

На характер протекания диалога оказывают влияние социальные характеристики участников: социальный статус, роль, профессия, этническая принадлежность, возраст коммуникантов; они сказываются на выборе темы, языковых средств, позиции в разговоре. Социально детерминированы также стереотипы выражения самооценки, способы проявления отношения к собеседнику и многое другое. Вследствие того, что партнеры по диалогу принадлежат к определенной социальной группе, играют определенные роли, возникают специфические типы диалога: врачебные, театральные, академические, женские и мужские, «немецкие», «швейцарские» и т.д. Общение между группами может быть затруднено из-за языковых или коммуникативных барьеров. Возможности взаимопонимания ограничиваются также социальными и культурно-специфическими аспектами коммуникации, различиями в значимости знаков и действиями, «социальной символизацией», сигнализирующей о принадлежности человека к определенной группе. С этим связано решение ряда практических проблем – проблем эмиграции, специфических трудностей межкультурного взаимодействия в многонациональных государствах.

*Монолог – форма речи, образуемая в результате активной речевой деятельности, рассчитанная на пассивное и опосредованное восприятие и практически не связанная с речью собеседника ни в содержательном, ни в структурном отношении.* Иногда монолог определяют как интраперсональный речевой акт. Монолог противоречив по своей сути: с одной стороны, раз человек заговорил, значит, он рассчитывает на общение, с другой, – монолог абсолютно не приспособлен к непосредственному общению, он предполагает, что слушающий только слушает, но не отвечает.

Основные коммуникативные ситуации употребления монолога – сфера искусства, ораторские выступления, общение по телевидению и радио, ситуация обучения. В бытовом общении монологическая речь встречается крайне редко. Это навело на мысль некоторых лингвистов, что монолог – это производная форма речи от диалогической.

Для монолога типичны значительные по размеру фрагменты текста, состоящие из структурно и содержательно связанных между собой высказываний, имеющие индивидуальную композиционную построенность и относительную смысловую завершенность. Степень проявления этих признаков зависит от жанровой принадлежности (художественный монолог, ораторская речь, бытовой рассказ) и от функционально-коммуникативной принадлежности (повествование, рассуждение, убеждение).

По сравнению с репликами в диалоге монологическая речь обладает гораздо большей степенью традиционности при выборе языковых, композиционных и других средств; имеет, как правило, более сложное синтаксическое строение, гораздо более сложную языковую и структурно-композиционную организацию; эти ее особенности изучает лингвистика текста (проблема сложного синтаксического целого, абзаца и т.п.).

В качестве признаков монологической речи выделяют относительно большую протяженность реплик; композиционную сложность; обращенность

не к собеседнику, а к самому себе; стремление выйти за непосредственные тематические рамки.

Классифицировать монологи можно по цели высказывания:

1. *Монолог убеждающей окраски* – примитивная форма ораторской речи;
2. *Монолог лирический* – речевая форма изъяснения переживаний и эмоций;
3. *Монолог драматический* – сложный вид речи, в которой язык слов является лишь как бы аккомпанементом другим системам психических обнаружений – путем мимики, жестов, пластических движений и т.п.
4. *Монолог сообщающего типа*, который подразделяется на монолог-рассуждение и монолог-сообщение.

Возможна классификация монологов по другим основаниям:

1. *По времени подготовки* – монологические сообщения могут готовиться заранее, а могут быть и не подготовленными.

2. *По содержанию сообщения* – монологи разделяются на сообщения, передающие содержание другого текста подробно; сообщения, передающие содержание другого текста кратко; сообщения, составленные на основе нескольких текстов и раскрывающие тему; сообщения, в которых говорящий выражает свою точку зрения по какому-либо вопросу; сообщения, содержание которых дано в неявной форме.

3. *По форме сообщения и по самостоятельности ее порождения* выделяют сообщения, имеющие готовую форму; сообщения, имеющие фиксированную форму; сообщения, конструируемые полностью самостоятельно.

4. *По установке на воспроизведение* различают сообщения с предварительной установкой на воспроизведение; сообщения без установки на воспроизведение монолога.

Обязательной чертой любого связного монологического высказывания является наличие межфразовых связей, объединяющих предложения и словосочетания в единый текст. Можно выделить две большие группы таких связей: построенные по типу зацепления и построенные по типу повтора.

*Зацепление* – такая форма связи, при которой какой-либо элемент одного предложения указывает на элемент другого предложения, «зацепляется» за него: так происходит передача смысла от одного предложения к другому.

Существуют следующие типы зацепления: грамматические зацепления и лексические зацепления; анафора и катафора.

*Грамматические зацепления* – это субститут (заместитель), отсылочные слова, эллипсис. *Лексические зацепления* – вводные слова (*во-первых, во-вторых* и т.п.), адресные отсылки (не к фразе, а к части текста).

*Анафора* – отсылка к ранее сказанному; осуществляется многими способами, включая и такие простые, как повтор лексических единиц,

использование союзов (*итак, иначе говоря, вместе с тем*), указательных и притяжательных местоимений (*этот, такой, эти, такие*).

*Катафора* – обращение к последующим элементам текста; обеспечивается числительными (*во-первых, во-вторых*), вопросительными словами, высказываниями типа *Я вот что вам сейчас скажу*.

*Повторы* – второй тип межфразовых связей. Они могут быть лексическими, грамматическими, синтаксическими или семантическими. В классической риторике выделяют такие типы повторов, как многосоюзие, бессоюзие, традукция (повтор слова в разных главных формах), хиазм (*я в мире и мир во мне* – обращенный параллелизм), параллелизм, градация (расположение по степени «убывание – возрастание»).

*Композиционная сложность* монолога обычно характеризуется методом изложения материала. Выделяют следующие методы:

1. *Индуктивный* – изложение материала от частного к общему (часто используется в агитационных выступлениях);

2. *Дедуктивный* – изложение материала от общего к частному (возможно, самый распространенный, когда оратор выдвигает какое-нибудь предположение, а затем на конкретных примерах разъясняет его смысл);

3. *Метод аналогии* – сопоставление различных явлений, событий, фактов (очень часто подобный метод используется в политическом дискурсе);

4. *Концентрический* – расположение материала вокруг главной проблемы, поднимаемой оратором (выступающий переходит от общего рассмотрения центрального вопроса к более конкретному и углубленному его анализу);

5. *Ступенчатый* – последовательное изложение одного вопроса за другим (рассмотрев какую-либо проблему, оратор уже больше к ней не возвращается);

6. *Исторический* – изложение материала в хронологической последовательности, описание, анализ изменений, которые произошли в том или ином лице, предмете с течением времени.

Свободное владение формами монологической речи – это искусство. Поэтому обучение монологическому высказыванию происходит целенаправленно, тогда как диалогической речью человек овладевает спонтанно. Одной из первых наук, которая заинтересовалась проблемами построения монолога, была риторика. Изучая правила построения текста, риторика выделяла пять элементов, из которых складывались создание монологического высказывания: «изобретение», «расположение», «словесное выражение», «запоминание», «произнесение». По предложенной Квинтилианом схеме любая монологическая ораторская речь должна была состоять из следующих частей: *обращение; наименование темы; повествование* (история вопроса); *описание* – его состояние на текущий момент; *доказательство; опровержение* (возможных доводов оппонентов); *воззвание; заключение*.

Классическая риторика большое внимание уделяла логической выстроенности речи, убедительности аргументации и ориентировалась, прежде всего, на публичные выступления ораторов. Данные психологии и практика наших дней показывают недостаточность такого подхода. Предметом интереса современной риторики становятся не только трибунные речи, но и широкий спектр форм коммуникации: публичные выступления на митингах, многолюдных собраниях, участие в теле/радиопередачах, выступления на деловых совещаниях и научных конференциях. Поэтому речь не может оцениваться с точки зрения аргументированности, логичности, как некоторое одномерное явление. Ситуация речевого общения представляет сложное системное образование со многими входящими в него элементами. Особенностью нового подхода можно считать кардинальный поворот к коммуникативной стороне речи. Разрабатываются также техники манипулирования собеседником (запугивание, увещевание, введение в заблуждение, приманивание, лесть, эмоциональные призывы, и т.д.). Техника убеждения слушателя или собеседника в своей правоте – предмет полемики.

*Спор как разновидность речевой коммуникации.*

*Под спором обычно понимается всякое столкновение мнений, разногласие в точках зрения по какому-либо вопросу, предмету, борьба, при которой каждая из сторон отстаивает свою правоту. Полемикой называют такой спор, при котором имеется конфронтация, противостояние, противоборство сторон, идей и речей. Таким образом, полемику можно определить как борьбу принципиально противоположных мнений по тому или иному вопросу, публичный спор с целью защитить, отстаить свою точку зрения и опровергнуть мнение оппонента.*

*Дискуссия – публичный спор, целью которого в отличие от полемики является выяснение и сопоставление разных точек зрения, поиск, выявление истинного мнения, нахождение правильного решения спорного вопроса.*

Дискуссия считается эффективным способом убеждения, так как ее участники сами приходят к тому или иному выводу. Участники дискуссии, диспута, сопоставляя противоречивые суждения, стремятся прийти к единому мнению, найти общее решение, установить истину.

Полемика преследует цель одержать победу над противником, отстаить и утвердить собственную позицию.

Споры, включая как полемику, так и дискуссию, можно классифицировать по нескольким основаниям:

1.) число участников: спор-монолог (человек спорит сам с собой; это так называемый внутренний спор); спор-диалог (полемизируют два лица); спор-полилог (ведется несколькими или многими лицами);

2.) число слушателей: без слушателей; спор при слушателях, в котором обязательно учитывают реакцию слушателей; спор для слушателей, рассчитанный только на то, чтобы произвести на слушателей впечатление;

3.) цель спора: спор из-за истины; спор для убеждения кого-либо; спор для победы; спор ради спора;

4.) социальная значимость предмета спора (актуальность проблемы): спор, который отражает общечеловеческие интересы; спор, который отражает групповые интересы; спор, который отражает семейные интересы; спор, который отражает личные интересы;

5.) форма проведения спора: устный спор, характеризующийся непосредственным общением спорящих, ограниченностью спора во времени и замкнутостью в пространстве, большой ролью внешних и психологических моментов; письменный спор, характеризующийся опосредованным общением спорящих, большой продолжительностью во времени, ведением через разные каналы (например, несколько печатных источников); письменный спор более пригоден для выяснения истины, но иногда за его ходом трудно следить;

6.) подготовленность спора: организованные споры, которые планируются заранее так, что стороны имеют возможность ознакомиться с предметом спора, определить свою позицию, продумать аргументы; неорганизованные споры, которые возникают стихийно и обычно менее плодотворны, чем организованные;

7.) степень организованности: сосредоточенный спор, когда спорящие все время имеют в виду спорный тезис, и все, что они говорят, служит для его защиты или опровержения; бесформенный спор, в процессе которого меняется ряд тезисов, основной тезис забывается.

Существуют два способа подтверждения собственной правоты: *убеждение*, связанное с воздействием на эмоции человека, и *доказательство*, базирующееся на логике.

*Убеждение.* Выделяют следующие разновидности человеческих желаний, к которым следует апеллировать с целью одержать победу в споре: физическое благополучие (самосохранение); экономические интересы; общественные интересы (семья, репутация, авторитет); развлечение; чувство собственного достоинства; истина и право.

Однако на эмоциональную составляющую человеческого восприятия нельзя воздействовать бездумно. Существуют правила применения психологических доводов:

1.) необходимо сочетать мотивацию с другими элементами подтверждения собственной правоты;

2.) мотивация должна соответствовать аудитории и ситуации;

3.) требуется развитие мотивации при помощи конкретных примеров и повторений;

4.) требуется избегать пошлых, слишком явно апеллирующих к чувству призывов.

*Доказательство* – логическое действие, в процессе которого истинность какой-либо мысли обосновывается с помощью других мыслей. По способу ведения различают прямые и косвенные доказательства, по форме умозаключения, в которой совершаются доказательства, – индуктивные и дедуктивные.

Всякое доказательство состоит из трех частей: тезиса, доводов и демонстрации.

*Тезис* – мысль или положение, истинность которого требуется доказать. Основное требование к тезису – быть истинным, т.е. соответствовать объективной действительности. Доказательство успешно, если тезис:

- 1.) является суждением ясным и точно определенным;
- 2.) остается тождественным, т.е. одним и тем же на протяжении всего доказательства;
- 3.) не содержит логических противоречий;
- 4.) не находится в логическом противоречии с суждениями по данному вопросу, высказанными ранее;
- 5.) обоснован фактами;
- 6.) не является суждением очевидным, так как то суждение, которое достоверно само по себе, не требует доказательств;
- 7.) определяет собой весь ход доказательства так, чтобы то, что в результате будет доказано, было именно тем, что требовалось доказать.

*Аргумент* – составная часть всякого доказательства, под которым понимается мысль, истинность которой проверена и доказана и которая поэтому может быть приведена в обоснование истинности или ложности высказанного положения. Самым верным и неопровержимым доводом является совокупность относящихся к тезису фактов и событий. В тех случаях, когда не имеется возможности подтвердить истинность или ложность тезиса непосредственными фактами, в обоснование тезиса приводятся мысли, истинность которых проверена и доказана на основе доказательства или общественной практикой. Основное требование, которое предъявляется к каждому доводу, – его доказанность, истинность, т.е. соответствие предметам и явлениям объективной действительности.

Аргументы бывают следующих типов:

1.) *сильные аргументы* – не вызывают критики, их невозможно опровергнуть, разрушить, не принять во внимание (точно установленные и взаимосвязанные факты и суждения, вытекающие из них; законы, уставы, руководящие документы, если они исполняются и соответствуют реальной жизни);

2.) *слабые аргументы* – вызывают сомнения оппонентов (выводы из неполных статистических данных, умозаключения, основанные из двух или более отдельных фактах, связь между которыми неясна без третьего, и др.);

3.) *несостоятельные аргументы* – позволяют разоблачить, дискредитировать соперника, применившего их (суждения на основе подтасованных фактов и др.).

*Демонстрация* – логическое рассуждение, в процессе которого из аргументов выводится истинность или ложность тезиса. Под демонстрацией понимается и совокупность логических правил, используемых в доказательстве. Применение их обеспечивает последовательную связь мыслей, которая должна убедить, что тезис необходимо обосновывается доводами и поэтому является истинным.

Для того чтобы доказательство завершилось успехом, в процессе обоснования истинности тезиса надо соблюдать правила доказательства:

1. *Правило Гомера.* Наиболее убедителен следующий порядок аргументов: сильные – средние – один самый сильный. Сила и слабость аргументов должна определяться не с точки зрения выступающего, а с точки зрения лица, принимающего решение.

2. *Правило Сократа.* Для получения положительного решения по важному вопросу следует поставить его на третье место, предпослав ему два коротких, простых для собеседника вопроса.

3. *Правило Паскаля.* Не стоит загонять собеседника «в угол», лучше дать ему возможность «сохранить лицо», показать, что предлагаемое решение удовлетворяет какую-то из его потребностей.

## **Тема 5. Межличностная коммуникация**

*Коммуникативная сторона межличностного общения.* Изучение непосредственных взаимоотношений между людьми оказывается возможным только в случае, если исследователи обладают необходимым методологическим инструментарием, в частности, аппаратом категорий, понятий и терминов. К числу базовых понятий теории межличностного общения можно отнести такие, как «межличностный контакт», «межличностное взаимодействие», «межличностные отношения», «межличностное общение», «межличностная коммуникация». Каждое из них фиксирует разнообразие целей и задач, которые стоят перед людьми в процессе общения.

Так, понятие «межличностный контакт» указывает на саму возможность общения, поскольку обозначает то, что люди находятся в пределах доступности для восприятия друг друга, при этом физически и психологически направлены друг на друга.

Понятие «межличностное взаимодействие» подчеркивает активность общающихся, позволяя более пристально исследовать формы и виды индивидуальных действий, приводящих к взаимным изменениям поведения, деятельности, отношений и установок.

Понятие «межличностные отношения» акцентирует эмоционально-чувственный аспект взаимодействия, временные параметры общения, поскольку только при условии постоянной межличностной связи путем непрерывного обмена личностно значимой информацией возникает взаимная эмоциональная зависимость вступивших в контакт людей, их взаимная ответственность за сохранение сложившихся отношений.

Понятие «межличностное общение» означает взаимопонимание и согласование действий между людьми, выработку ими единой стратегии взаимодействия, то общее, что было сформировано вступившими в контакт индивидами.

Понятие «межличностная коммуникация» используется в процессе анализа способов обмена сообщениями между партнерами, их приема и

переработки. Этот аспект межличностного взаимодействия и может быть назван коммуникативной стороной общения.

Более строгое определение ключевого понятия – «межличностная коммуникация» - звучит так – *это процесс обмена сообщениями и их интерпретации двумя или более индивидами, вступившими в контакт друг с другом.*

Нужно отметить в этом определении следующие принципиальные моменты: Во-первых, содержание используемого в нем термина «коммуникация» соответствует как исходному латинскому слову *communicatio*, так и пониманию коммуникации в технических науках и естественных. Говоря о межличностной коммуникации, имеют в виду, прежде всего, процессы обмена, т.е. взаимосвязи, обращенности друг к другу, отклику друг на друга участвующих в общении людей. Во-вторых, коммуникативные действия – это действия, ориентированные на смысловое восприятие их другими людьми, это связь, в ходе которой происходит обмен сообщениями или информацией. Информация всегда облекается в форму каких-то знаков, иначе она не может быть представлена для человека. Поскольку точного соответствия между различными знаковыми системами не существует, перевод из одной знаковой формы или системы кодирования в другую всегда предполагает переформулирование или интерпретацию. Особенности истолкования и понимания переданного сообщения как вербального, так и не вербального в контексте межличностного взаимодействия – важный ракурс рассмотрения межличностной коммуникации. В-третьих, межличностный характер коммуникации предполагает, что имеет место обмен сообщениями между небольшим числом людей; это непосредственное взаимодействие, когда его участники находятся в пространственной близости, имеют возможность легко осуществлять обратную связь; это взаимодействие лично ориентировано, т.е. предполагается, что каждый из его участников признает незаменимость, уникальность своего партнера, принимает во внимание особенности его эмоционального состояния, самооценки, личностных характеристик, и, в свою очередь, рассчитывает на встречное понимание.

Иными словами, анализ межличностной коммуникации – это анализ того, при каких условиях и с помощью каких средств представления, идеи, знания, настроения, т.е. субъективный опыт одного субъекта может быть сообщен другому и более или менее точно истолкован им. Задачей исследования тем самым становится выявление и систематическое описание различных предпосылок и условий успешной или наоборот, неуспешной коммуникации.

Теория межличностной коммуникации исходит из того, что межличностное поведение индивидов отличается от их поведения вне ситуации взаимодействия. Основной единицей анализа является взаимосвязь, взаимодействие вступивших в общение людей. Каждый из его участников существенным образом влияет на поведение другого, между их высказываниями и поступками возникают причинные зависимости.

Обмениваясь сообщениями, они приспособливают их к конкретной ситуации общения, содержание полученной информации в значительной мере перерабатывается, переструктурируется в зависимости от неизбежно возникающей оценки самих себя, друг друга, окружающей обстановки.

Межличностную коммуникацию можно считать эффективной, если цели, поставленные коммуникаторами, достигаются в наибольшей степени. Любой человек может оценить степень эффективности взаимодействия (как собственного, так и другого человека) со сверстниками или людьми иной возрастной группы, с родственниками или коллегами по работе, с представителями своего или противоположного пола. Большинство из нас более успешны в общении с одной категорией людей и менее успешны с другой. Значительно меньше тех, кто умеет находить общий язык в разных ситуациях с самыми разными людьми. Неслучайно именно их называют природными коммуникаторами (мастерами общения).

Результаты наблюдений за поведением людей в межличностном взаимодействии позволили сформулировать важный постулат теории межличностной коммуникации: эффективная межличностная коммуникация предстает как система конкретных действий, умений и навыков, которые не являются врожденными, им следует учиться, отрабатывать и тренировать (подобно тому, как работает музыкант или спортсмен). Искусство межличностной коммуникации прямо связано с тем, насколько человек оказывается способным заметить, воспринять и развить эти действия.

Чтобы оценить уровень формирования необходимых для эффективной коммуникации умений и навыков, используется понятие *коммуникативной компетентности*, которая складывается из следующих моментов:

1.) способности человека прогнозировать коммуникативную ситуацию, в которой предстоит общение; ориентироваться в ситуации, в которой он оказался;

2.) коммуникативного исполнительского мастерства, т.е. умения найти адекватную теме общения коммуникативную структуру и реализовать коммуникативный замысел;

3.) способности разбираться в самом себе, собственном психологическом потенциале и потенциале партнера;

4.) навыков самонастройки, саморегуляции в общении, включая умения преодолевать психологические барьеры в общении; снимать излишнее напряжение; эмоционально настраиваться на ситуацию; распределять свои усилия в общении.

Хотя коммуникативный опыт каждого человека уникален и неповторим, вместе с тем можно развивать навыки компетентного коммуникатора, повышая тем самым эффективность своего общения, а вместе с ней и удовлетворенность жизнью.

Имеет смысл ознакомиться с рядом ситуационных и психологических предпосылок успешной межличностной коммуникации. Кроме того, выявить такие коммуникативные действия, как, например, речь, слушание, невербальное поведение, эмоции, чувства, особенности их проявления в

межличностном взаимодействии, причины возможных трудностей и способы, позволяющие сделать эти действия более эффективными.

*Аксиомы межличностной коммуникации.* Американскому психологу Вацлаву П. принадлежит заслуга описания некоторых свойств коммуникации, имеющих большое прикладное значение в контексте межличностного взаимодействия и названных им аксиомами человеческой коммуникации.<sup>10</sup>

Знание данных свойств позволяет объяснить то, что исследователь назвал патологической коммуникацией, т.е. осложнения, способные привести к тупикам в межличностном общении. Рассмотрим важнейшие аксиомы.

*Аксиома 1. Невозможность отсутствия коммуникации.*

Если признать, что любое поведение в ситуации взаимодействия обладает информационной ценностью, т.е. является коммуникацией, становится очевидным, что как бы человек ни старался, он не может не вступать в коммуникацию. Активность или пассивность, слова или молчание – все это передает информацию: влияет на других людей, которые, в свою очередь, не могут не ответить на эту коммуникацию и, следовательно, сами в нее вступают. Если люди просто не разговаривают друг с другом или не обращают друг на друга внимания, это вовсе не опровергает утверждения, сделанного выше. Человек у стойки бара, который смотрит прямо, пассажир, сидящий в самолете с закрытыми глазами, – оба они ясно сообщают, что не хотят ни с кем разговаривать, и окружающие обычно прекрасно понимают эти сообщения и оставляют их в покое. Очевидно, что это такая же коммуникация, как и оживленная дискуссия.

Можно выделить ряд *стратегий ухода от общения* (или сообщений о нежелании вступать в коммуникацию): 1.) прямая демонстрация (в более или менее грубой форме) нежелания общаться; правда, поскольку такое поведение не соответствует правилам вежливости, оно требует определенного мужества и способствует возникновению довольно напряженного и неловкого молчания, что на самом деле и означает наличие коммуникации; 2.) стратегия наименьшего сопротивления, когда один из партнеров неохотно поддакивает другому или со всем соглашается; 3.) дисквалификация коммуникации, когда один из партнеров действует так, что сводит на нет как собственные сообщения, так и сообщения другого человека. К этой технике относится широкий спектр коммуникационных феноменов: противоречивые высказывания, непоследовательность, перемена темы, неполные предложения, неправильное понимание, невразумительность или манерность речи, буквальное толкование метафор или метафорическое понимание буквальных замечаний и т. д; 4.) приемлемое для собеседника, не обижающее его указание причин, по которым в данный момент общение не представляется возможным: человек может притвориться спящим, глухим, пьяным, сделать вид, что не понимает языка собеседника или изобразить наличие любого другого дефекта, свидетельствующего об оправданно

---

<sup>10</sup> Вацлавик П., Бивин Дж., Джексон Д. Психология межличностных коммуникаций. - СПб., 2000.

невозможной коммуникации. Во всех этих случаях сообщение остается одним и тем же, а именно: «Я бы не возражал поговорить с тобой, но есть то, что мне мешает, что сильнее меня, то, в чем я не виноват».

Таким образом, невозможность не вступать в коммуникацию делает все ситуации, в которые включены два и более человека, *межличностными*, коммуникативными.

*Аксиома 2. Любая коммуникация имеет уровень содержания и уровень отношения.*

В процессе коммуникации не только передается информация, но одновременно детерминируется характер отношений между коммуникаторами. Уровень содержания – это та информация, которая передается в сообщении. При этом не важно, является ли данная информация правдивой, ложной, надежной, неправильной или неразрешимой. На уровне отношений передается то, как это сообщение должно быть воспринято. Отношение может быть выражено как речевыми приемами, так и невербально с помощью крика, улыбки или других способов. Характер отношений можно ясно понять из контекста, в котором происходит коммуникация. Например, содержанием фразы «Закройте дверь» является ожидание вполне определенного действия. Но эта фраза может быть произнесена по-разному: как команда, как мольба, как предложение и т.д. Избранный способ выражения содержит сообщение о том, какими видят партнеры свои взаимоотношения: доброжелательными или враждебными; равными в социальном отношении или один из них находится в прямой зависимости от другого; чувствуют себя спокойно и комфортно или переживают состояние тревоги и волнения и т.д.

В межличностном общении экспрессивная окраска сообщения часто более важна, чем его содержание. Вместе с тем, по мнению исследователей, чем более спонтанны и «здоровы» отношения, тем более аспект отношений отходит на второй план. Напротив, «нездоровые» отношения характеризуются тем, что за природу отношений идет постоянная борьба, а содержательный аспект коммуникации становится все менее и менее важным.

Смещение уровня содержания и уровня отношения нередко приводит к нарушению коммуникации.

*Аксиома 3. Пунктуация последовательности событий.*

Люди организуют свое взаимодействие, опираясь на собственное представление о важном и неважном, причинах и следствиях поступков, на интерпретацию смысла происходящего. Эти смысловые доминанты организуют поведенческие события, оказывая существенное влияние на происходящее взаимодействие (подобно тому, как знаки пунктуации задают смысл предложению).

Несогласие относительно пунктуации последовательности событий лежит в основе возникновения бесконечных проблем во взаимоотношениях. Мы не можем быть уверены ни в том, что другой обладает тем же объемом информации, ни в том, что он сделает такие же выводы из этой информации.

Решение вопроса о том, что является важным, а что нет, совершенно по-разному происходит у разных людей. Во всех случаях рассогласованной коммуникационной организации обычно можно наблюдать конфликт относительно того, что является причиной, а что следствием наблюдаемого события. Примером патологической коммуникации, вызванной нарушением последовательности причин и следствий, является эффект «самоосуществляющегося пророчества». Это поведение, которое вызывает у окружающих такую реакцию, на которую это поведение было бы естественным ответом. Например, человек, строящий свое поведение на основе предпосылки «никто меня не любит», будет вести себя недоверчиво, демонстрируя массу защитных реакций, или агрессивно. Такое поведение вряд ли вызовет симпатию окружающих, что подтвердит изначальную предпосылку этого человека. При этом сам человек ошибочно считает, что он просто реагирует на отношение окружающих, а не провоцирует его. В данном случае это и составляет проблему пунктуации.

*Аксиома 4. Симметрическое и комплементарное взаимодействие.*

Отношения между людьми базируются либо на равенстве, либо на отличии. В первом случае партнеры стараются скопировать поведение друг друга, поэтому их отношения можно назвать *симметрическими*. Слабость или сила, нравственность или безнравственность не имеют здесь никакого значения, поскольку равенство может поддерживаться в любой из этих областей. Во втором случае поведение одного партнера дополняет поведение другого, такой тип взаимодействия называется *комплементарным*. Симметричные отношения, таким образом, характеризуются равенством и минимизацией различий, в то время как особенностью комплементарного взаимодействия является доведение различий до максимума.

В комплементарных взаимоотношениях можно выделить две различные позиции. Один партнер занимает более высокую, важную, первичную позицию, а другой – подчиненную, вторичную, более низкую. Эти понятия довольно полезны, если их не приравнивать к словам «хороший» или «плохой», «сильный» или «слабый». Комплементарные отношения могут устанавливаться социальной или культурной средой (как в случае взаимоотношений матери и младенца, врача и больного, учителя и ученика) или быть характерным стилем отношений данной диады. В любом случае важно подчеркнуть, что природа этих отношений носит взаимозависимый характер, разные типы поведения взаимно дополняются. Нельзя сказать, что один из партнеров установил комплементарные отношения с другим, скорее каждый ведет себя так, что это предполагает и одновременно является причиной поведения другого.

Симметричность и комплементарность сами по себе не являются «хорошими» или «плохими», «нормальными» или «ненормальными». Оба вида взаимоотношений выполняют важные функции. Но они чреватые патологией. В симметричных взаимоотношениях постоянно присутствует опасность соревновательности, эскалации равенства симметричного взаимодействия, когда происходит потеря стабильности и так называемый

сбой, что приводит к ссорам и конфликтам между индивидами. Таким образом, патология в симметричных взаимоотношениях характеризуется более или менее открытой враждой.

В здоровых симметричных взаимоотношениях партнеры способны уважительно относиться к друг другу, что ведет к проявлению доверия и уважения со стороны другого. Когда симметричные отношения нарушаются, можно наблюдать скорее отвержение, а не игнорирование личности другого. В свою очередь патологические изменения комплементарных взаимоотношений проявляются в игнорировании, а не отвержении личности другого (например, мать, которая продолжает обращаться со своим взрослым сыном, как с ребенком).

*Аксиома 5. Коммуникация может быть как намеренной, так и ненамеренной, эффективной и неэффективной.*

Нельзя сказать, что коммуникация имеет место только тогда, когда она произвольна, осознанна и успешна, т.е. когда достигается взаимное понимание. Обычно люди обдумывают свое поведение (речь, манеры), особенно в ситуациях небытовых. Однако часто мы действуем необдуманно, о чем можем впоследствии сожалеть: человек, находящийся рядом с нами, может услышать тихо сделанное нами замечание в надежде, что он не слышит; мы можем выйти из себя; не подумать о том, как будет воспринята наша реплика. Нежелательные последствия, к которым может привести ненамеренная коммуникация, делают актуальными способы «сохранения лица» как своего, так и другого. Как отмечал известный исследователь Гофман И., от члена любой группы ожидают не только самоуважения, но и определенной чуткости. Человек, являющийся свидетелем унижений другого и сохраняющий при этом спокойствие, имеет в нашем обществе репутацию «бессердечного», а тот, кто способен спокойно взирать на действия, разрушающие его собственное лицо, считается «бесстыдным».

*Аксиома 6. Коммуникация необратима.*

Иногда и хотелось бы вернуть время, исправить слова или поступки, но, к сожалению, это невозможно. Последующие объяснения с партнером могут что-то исправить, извинения могут смягчить обиду, однако созданное впечатление изменить очень сложно.

*Ситуационные и психологические предпосылки межличностной коммуникации.*

Все процессы коммуникации происходят в определенном контексте. Переменными, формирующими определенный контекст коммуникации, могут быть место и время встречи, намерения или цели участников общения, наличие или отсутствие посторонних лиц, групповые нормы и т.д. Наша интерпретация чьих-то слов или действий в огромной мере определяется контекстом, в рамках которого мы воспринимаем эти слова или действия.

В самом общем виде *социальная ситуация* – это естественный фрагмент социальной жизни, определяемый включенными в него людьми, местом действия и характером развертывающихся действий или деятельности. Занимаясь изучением социальных ситуаций, группа социальных психологов

Оксфордского университета под руководством М. Аргайла предложила выделять следующие универсальные факторы, присутствующие на любой стадии социального взаимодействия, которые придают ситуации определенность: 1.) цели; 2.) правила, т.е. общепринятое мнение о допустимом и недопустимом поведении в ряде конкретных ситуаций; 3.) роли, т.е. принятые в данной культуре модели взаимодействия; 4.) набор элементарных действий – простейшие вербальные и невербальные формы участия во взаимодействии; 5.) последовательность поведенческих актов (например, принятый порядок смены ролей говорящего и слушающего); 6.) концепты-знания, т.е. наличие в когнитивной структуре определенных категорий, обеспечивающих понимание ситуации, как, например, знание при игре в шахматы, что такое ферзь или что означает слово «шах». В социальной ситуации такими концептами выступают представления о людях, социальной структуре, элементах взаимодействия и объектах, включенных во взаимодействие; 7.) физическая среда, элементами которой являются границы ситуации (закрытое помещение, улица, площадь), физические качества среды, воздействующие на органы чувств (цвет, шум, запахи), реквизит (например, классная доска, парты в школьном классе), пространственные условия (расстояния между людьми и объектами); 8.) язык и речь, т.е. ситуативно обусловленные словарь, обороты речи, интонации, используемые участниками взаимодействия; 9.) трудности и навыки – различные препятствия для взаимодействия и навыки их преодоления.

Среди перечисленных факторов отмечены как объективные аспекты ситуации, внешние по отношению к субъекту действия, так и субъективные, локализованные в сознании и психике индивида. Ключевое положение, по мнению исследователей, занимают цели. Они рассматриваются как независимые переменные, а все остальные параметры как зависимые от них. Следующими за структурой целей по своей значимости для определения типа ситуации идут правила, эмоциональная атмосфера и умение преодолевать трудности. Например, встреча друзей после длительной разлуки или встреча студента и научного руководителя с целью обсудить ход работы над дипломом будут различаться в первую очередь по этим параметрам, хотя, разумеется, отличия будут касаться и используемого стиля речи, и, возможно, выбранного места встречи. Анализируя ситуацию, в которой осуществляется общение, мы, таким образом, разделяем в ней известное и неизвестное, вычленив цель общения, его задачу, одновременно фиксируя имеющиеся условия достижения цели.

Важными характеристиками ситуации, воздействующими на поведение людей, являются: знакомая – незнакомая; формальная – неформальная; ориентированная на выполнение дела – ориентированная на общение; поверхностная – глубокая (интимная) включенность.

В соответствии с этими характеристиками Аргайл и его сотрудники выделили следующие типы социальных ситуаций:

1.) официальные события (формальные социальные события);

- 2.) личностное взаимодействие с близкими друзьями или родственниками;
- 3.) случайные эпизодические встречи со знакомыми;
- 4.) формальные контакты в магазинах и на работе;
- 5.) асимметричные взаимодействия, связанные с социальными умениями (например, обучение, руководство, интервьюирование);
- 6.) конфликт и переговоры;
- 7.) групповая дискуссия;

Предложенная типология ситуаций не является, естественно, единственной. Одна из наиболее известных психологических классификаций видов ситуаций межличностного взаимодействия предложена Э. Берном.<sup>11</sup> В ее основе лежит то, что он назвал потребностью в структурировании времени. Хорошо известна проблема, часто встречающаяся у подростков после первой встречи: «Ну и о чем мы потом с ней (ним) будем говорить?». Этот вопрос возникает нередко и у взрослых. Достаточно вспомнить, как мучительна вдруг возникшая пауза в общении, когда никто из собеседников не в состоянии высказать ни одного уместного замечания, чтобы не дать разговору замереть. Люди постоянно озабочены тем, как структурировать свое время. Одна из функций в жизни общества состоит в том, чтобы оказывать друг другу взаимопомощь в этом вопросе.

Берн предлагает рассматривать шесть способов структурирования времени – четыре основных и два пограничных случая.

1.) Первый пограничный случай – *замкнутость*, когда явная коммуникация между людьми отсутствует: человек физически присутствует, но психологически он вне контакта, погружен в собственные мысли. Такое поведение может быть воспринято с пониманием и не вызывать проблем, если только оно не превращается в привычку.

2.) *Ритуалы* или привычные, повторяющиеся действия. Они могут иметь неформальный характер (например, приветствия, прощания, благодарности), но могут быть и официальными (например, дипломатический этикет). Цель этого типа общения – возможность совместного проведения времени, не сближаясь.

3.) *Времяпровождение* – это полуритуальные разговоры о проблемах и событиях, известных всем. Они не так предсказуемы как ритуалы, но обладают некоторой повторяемостью. Примерами могут служить вечеринка, участники которой недостаточно хорошо знакомы друг с другом, или разговоры во время ожидания какого-нибудь официального собрания. Времяпровождение всегда социально запрограммировано: говорить в это время можно лишь в определенном стиле и только на допустимые темы. Основная цель этого типа общения – структурирование времени не только ради поддержания приятельских отношений, но и отчасти социальный отбор, когда человек ищет новые полезные знакомства и связи.

---

<sup>11</sup> Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры. - М., 1988.

4.) *Совместная деятельность* – взаимодействие между людьми на работе, целью которого, прежде всего, является эффективное выполнение поставленной задачи.

5.) *Игры*. Берн считает их наиболее сложным типом общения, так как в играх каждая сторона неосознанно старается достичь превосходства над другой и получить вознаграждение. Например, если человек честно просит, чтобы его утешили, и получает утешение, то это взаимодействие с некоторой заранее сформулированной целью. Если же кто-то просит, чтобы его утешили, и, получив утешение, обращает его против утешителя, то это игра. Другой пример – игра «страхование». О чем бы страховой агент ни вел разговор, если он настоящий игрок, он ищет клиента или «обрабатывает» его. Единственная его цель – «заполучить добычу». Основная отличительная особенность игр – скрытая мотивация их участников. Берн полагает, что важные социальные контакты чаще всего протекают как игры, а сами игры составляют весьма значительную часть человеческого общения. Объяснение этому он видит в следующем.

Повседневная жизнь предоставляет мало возможностей для человеческой близости. Кроме того, многие формы близости для большинства людей психологически неприемлемы, требуют тщательной осмотрительности. Западная культура в основном не поощряет искренности (кроме как в интимной обстановке), так как её могут использовать с дурным умыслом. В свою очередь повторяющиеся виды времяпрепровождений в конце концов приедаются. Чтобы избавиться себя от скуки, одновременно избежать опасностей, сопутствующих близости, большинство людей в качестве компромиссного решения обращаются к играм. В этом состоит социальное значение игр. Люди выбирают себе друзей и партнеров чаще всего из числа тех, кто тоже играет в те же игры, что и они. Поэтому любой член какого-либо социального окружения, который начинает играть в новые игры, будет, скорее всего, изгнан из привычного общества. В этом состоит личностное значение игр. Наконец, многие игры совершенно необходимы некоторым людям для поддержания душевного здоровья. Если таких людей лишить возможности играть, они впадут в безысходное отчаяние. Подобные ситуации можно часто наблюдать в супружеских парах, когда улучшение психического состояния одного из супругов влечет за собой быстрое ухудшение состояния другого, для которого игры были важнейшим средством поддержания собственного психического равновесия.

6.) За игрой следует второй пограничный случай – *близость*, замыкающий ряд способов структурирования времени. Двустороннюю близость можно определить как свободное от игр общение, предполагающее теплое заинтересованное отношение между людьми, исключающее извлечение выгоды. Настоящая близость начинается тогда, когда социальные схемы, скрытые мотивы и ограничения отходят на второй план. Человеческая близость, которая по сути есть и должна быть самой совершенной формой человеческих взаимоотношений, приносит такое ни с чем не сравнимое удовольствие, что даже люди с неустойчивым равновесием могут вполне

безопасно и даже с радостью отказаться от игр, если им посчастливилось найти партнера для таких взаимоотношений. Прототипом близости является акт любовных, интимных отношений.

Еще одна классификация социальных ситуаций различает три уровня общения в зависимости от степени личностной вовлеченности участников в преобразование отношений.<sup>12</sup>

На *социально-ролевом уровне* контакты ограничиваются ситуативной необходимостью: на улице, в транспорте, в магазине, на приеме в официальном учреждении. Основной принцип взаимоотношений на этом уровне – знание и реализация норм и требований социальной среды участниками взаимодействия. Коммуникация при этом носит, как правило, анонимный характер независимо от того, происходит она между незнакомыми, знакомыми или близкими людьми.

На *деловом уровне* людей объединяют интересы дела и совместная деятельность, направленная на достижение общих целей. Основной принцип деловых взаимоотношений – рациональность, поиск средств повышения эффективности сотрудничества. Партнеры при этом оцениваются не как уникальные, неповторимые личности, а с точки зрения того, насколько хорошо они могут выполнить поставленные перед ними задачи, т.е. оцениваются их функциональные качества. Соответственно общение является психологически отстраненным.

*Интимно-личностный уровень* характеризуется особой психологической близостью. На этом уровне целью участников коммуникации является удовлетворение потребности в понимании, сочувствии, сопереживании. Основной принцип такого общения – эмпатия, доверительность.

Каждый уровень общения предполагает использование соответствующих только ему моделей поведения, глубины взаимопонимания, согласия и сопереживания, способов взаимодействия партнеров.

Таким образом, каждая из приведенных типологий исходит из возможности определения и выделения типичных социальных ситуаций, т.е. ситуаций, неоднократно возникающих при взаимодействии между людьми, следовательно, их содержание и структура известны членам данной культуры или субкультуры. Важнейшим условием межличностной коммуникации является способность индивида выделять такие стандартные, типичные социальные ситуации и соответствующими действиями конструировать их. Знать, как вести себя в данной ситуации, будь это свадьба, визит к друзьям, любовное свидание или деловые переговоры, какие действия в ней уместны, а какие нет, является показателем социальной компетентности. Люди, как правило, обладают необходимыми социальными знаниями, которые позволяют им понять поведение друг друга, согласовать свои цели и действия, найти общий язык, договориться.

*Межличностное пространство.*

---

<sup>12</sup> Головаха Е.И., Панина Н.В. Психология человеческого взаимопонимания. - Киев., 1989.

Для того чтобы выбрать нужную манеру поведения и форму обращения с другим человеком, необходимо сориентироваться в ситуации, понять контекст, в котором происходит взаимодействие. Определение ситуации, выполняя функцию ориентации человека в социальной среде, является важнейшим структурообразующим моментом межличностного взаимодействия. Условие успешной коммуникации связано с созданием участниками «общей социальной действительности», общего «здесь и сейчас», в котором может происходить обмен посланиями и, следовательно, вне которого коммуникация вообще не может состояться. Данную предпосылку исследователи иногда называют договорным аспектом межличностной коммуникации. В ней находит отражение обозначенное выше свойство пунктуации последовательности событий. Именно потому, что ситуация межличностного взаимодействия представляет собой совместную деятельность двух партнеров по общению, заведомо социально и психологически не похожих друг на друга, но при этом взаимозависимых в осуществлении своих намерений, она является изначально рассогласованной и психологически напряженной. Между коммуникантами постоянно возникают критические моменты выбора целей взаимодействия, на которые следует ориентироваться, что превращает процесс коммуникации в предмет переговоров. Результатом этих «переговоров» является, в терминологии И.Гофмана, «рабочее соглашение», т.е. участники формируют общее определение ситуации, которое подразумевает не столько реальное согласие относительно существующего положения дел, сколько согласие относительно того, чьи притязания и по каким вопросам временно будут признаваться всеми.

Определив тип социальной ситуации, участники взаимодействия начинают выстраивать позиции, позволяющие им достичь своих целей в заданных обстоятельствах. Поведение на этом этапе удобно описывать, используя пространственную терминологию, например термины «позиция (положение, расположение)», «верх», «низ», «близкий», «далекий», «расстояние», «дистанция», «граница». Обращение к пространственным метафорам становится эффективным способом структурного анализа человеческих отношений. Рассмотренное под этим углом зрения межличностное взаимодействие есть не что иное, как конструирование, формирование межличностного пространства, т.е. организация всех элементов взаимодействия в определенный порядок. Оно предполагает:

1.) выбор позиции в отношении к другому, пристройку к позициям друг друга, «проверку их на прочность»;

2.) четкое определение пространственных и временных границ ситуации взаимодействия, за пределами которых выбранная позиция становится неуместной;

3.) оформление занятой позиции посредством использования вербальных и невербальных средств коммуникации;

Пространственное структурирование взаимодействия сопровождается символическим обозначением этой структуры, что проявляется как в

символике «языка тела» (мимике, взглядах, жестах и т.д.), так и в способах персонализации пространства.

Обозначают вертикальные и горизонтальные пространственные характеристики межличностного взаимодействия. *Вертикальная составляющая* находит свое выражение в представлениях о взаимном расположении партнеров по общению: пристройка снизу, отстраненная от партнера позиция.

Пристройка сверху может выглядеть как поучения, осуждения, советы, порицание, замечания, обращения на «ты», высокомерные или покровительствующие интонации, похлопывание по плечу, подача руки ладонью вниз, взгляды сверху вниз и др.

Позиция подчиненной стороны предполагает свои стереотипы в поведении. В этой позиции человек демонстрирует зависимость, требует защиты, лишен инициативы, власти. Пристройка снизу проявляется как просьба, извинение, оправдывание, виноватые или заискивающие интонации, наклоны корпуса, опускание головы и другие формы демонстрации зависимости и подчинения.

Позиция равенства сторон также предполагает соответствующие вербальные и невербальные формы поведения: спокойный взгляд в глаза собеседнику, открытое выражение чувств и желаний, обоснованные высказывания и готовность выслушать критические замечания в свой адрес с последующим их обсуждением и т.д.

Способность к смене способов взаимодействия в зависимости от возникшей ситуации и поставленной задачи, репертуар позиций, которым владеет человек, - одна из существенных характеристик компетентного коммуникатора.

*Горизонтальная составляющая* межличностного взаимодействия находит свое выражение в использовании или отказе от использования межличностных преград, стоящих на пути сближения людей, что предопределяет ту или иную межличностную дистанцию. Такими преградами могут быть внешние физические барьеры, как эквиваленты психологических преград: стол, стул, скрещенные на груди руки, поза «нога на ногу», паузы, остановки, перевод разговора на другие темы. Преградой может оказаться «закрытость» той или иной сторон личности для другого человека (например, в проявлении эмоций, нравственных или религиозных ценностных ориентаций, эрудиции и т.д.), что также создает определенную дистанцию между людьми. По мнению социальных психологов, полное отсутствие межличностной дистанции (т.е. «личной зоны») ненормально. Вопрос состоит в том, оптимальна ли существующая дистанция для достижения целей конкретного межличностного взаимодействия.

К пространственным характеристикам межличностного взаимодействия можно отнести и способы выделения и обозначения индивидом территории, которую он считает «своей». Это может быть физическая территория: кабинет, рабочий стол, пяточок под ногами в переполненном автобусе; на эмоциональном уровне – это право на собственное настроение, собственное

отношение к чему-либо или кому-либо; на ролевом уровне – право на выбор профессии, рода занятий, индивидуальный способ выполнения своей работы.

Таким образом, пространство, создаваемое в процессе межличностного взаимодействия с его горизонтальными, вертикальными, территориальными измерениями, становится фактором, воздействующим на успешность/неуспешность конкретного взаимодействия, его характер и перспективы.

*Трудные ситуации.* Среди типичных социальных ситуаций межличностного взаимодействия следует выделить так называемые трудные, или стрессовые. *Стрессовая ситуация – это ситуация, которая становится для человека, переживающего или воспринимающего ее, причиной стресса или тревоги.* Аргайл М. в своей работе, посвященной социальным ситуациям, приводит следующее определение: «Данная ситуация заставляет вас чувствовать тревогу или дискомфорт либо потому, что вы не знаете, как поступить, либо потому, что она заставляет вас испытать чувства страха, смущения или неловкости».<sup>13</sup> Учеными был проделан огромный объем работ для того, чтобы выделить типы стрессовых ситуаций, их основные характеристики, конкретные элементы, вызывающие трудности, и важнейшие стадии развития социальной ситуации с тем, чтобы помочь людям вести себя в них более успешно. В результате в качестве стрессовых были определены следующие ситуации межличностного взаимодействия:

- 1.) ситуации неодобрения или критики со стороны других;
- 2.) ситуации публичного выступления и социальной активности;
- 3.) ситуации конфронтации и выражения недовольства;
- 4.) ситуации сексуального контакта;
- 5.) ситуации интимности и теплоты в общении;
- 6.) ситуации конфликта или отвержения со стороны родителей;
- 7.) ситуации утраты близкого человека или значимых отношений.

Источники беспокойства и тревожности в данных ситуациях могут быть связаны как с субъективными состояниями участников коммуникации, так и с параметрами самой ситуации.

Так, стресс может вызывать трудность в ориентации в ситуации: целевая структура ситуации бывает очень сложной, человек может не осознавать свои основные цели или цели партнеров по взаимодействию, может преследовать цели, не очень уместные в данной ситуации, что приводит к внутреннему конфликту или конфликту с другими людьми. Стресс могут вызывать жесткость или, напротив, неясность, неопределенность правил, которые нужно соблюдать. Некоторые ситуации оказываются сложными, поскольку требуют знания концептов, специфических для этих ситуаций. Примерами могут служить дебаты, аукционы, похороны, драки, борьба, переговоры, имеющие четкие концепты, которые нужно понять, чтобы участвовать в них успешно. Ситуации, предполагающие соблюдение

---

<sup>13</sup> Аргайл М. Фурнхэм А., Грэхэм Дж. А. Социальные ситуации//Межличностное общение: Хрестоматия. - СПб., 2001., с. 220.

определенных ритуалов, оцениваются как трудные в том случае, если люди не знакомы с последствиями, значением или целями ритуализованных актов или не знают, как представить себя или оценить свое собственное поведение.

Если в работе с субъективными состояниями существуют два основных терапевтических направления – снижение тревожности при помощи бихевиоральной терапии или совершенствование навыков и способности управлять ситуациями при помощи тренинга, то в случае трудностей, связанных с параметрами самой ситуации, совершенствование способов видения ситуации может сделать ее менее стрессовой.

*Эффекты межличностного восприятия.* *Восприятие – это процесс отбора, организации и интерпретации чувственных данных.* Среди общих закономерностей восприятия как одного из важнейших психических процессов обычно отмечают: 1.) *принцип избирательности:* в каждой конкретной ситуации человек обращает внимание лишь на сравнительно малую часть воздействий, но при этом создает хотя и ограниченную, но зато более связную и осмысленную картину мира; 2.) *принцип целостности:* люди воспринимают объекты и ситуации не дискретно, но как динамичное целое, спонтанно организуют свои восприятия в осмысленную форму, при этом действуют принципы пространственной близости, сходства; 3. *принцип константности:* имеет место сравнительная устойчивость нашего восприятия даже в меняющихся условиях.

Таким образом, восприятие предстает вовсе не как пассивный процесс, при котором мы автоматически реагируем на полученные стимулы, но как процесс активный. Чувства, которые вызывают в нас люди или ситуации, лишь отчасти зависят от внешнего мира, но в значительной степени зависят от нас, воспринимающих этот мир.

Вряд ли нужно доказывать, что особенности человеческого восприятия существенным образом влияют на протекание межличностной коммуникации. Обратим внимание на некоторые правила, которые полезно помнить и следование которым во многом организует процесс управления своим восприятием:

1. Процесс восприятия имеет личностную основу. Разные люди, воспринимая одни и те же сигналы, интерпретируют их по-разному.

2. Если считать, что именно наши интерпретации наиболее точно отражают реальность, то у нас могут возникать трудности в ходе межличностной коммуникации.

3. Если позволять насущным интересам, эмоциям, потребностям «контролировать» наше восприятие, можно пропустить направленные к нам важные сообщения от других людей.

Сформулированные правила позволяют в общем процессе человеческого восприятия все же выявить то, что отличает восприятие людьми предметов от восприятия людьми друг друга.

*Первая особенность* связана с тем, что субъект и объект межличностного восприятия – в данном случае это люди – принципиально подобны. Следствием этого кажущегося очевидным утверждения становится

то, что индивид (субъект восприятия), делая заключение о состоянии или намерениях другого лица, в максимальной степени склонен и имеет возможность использовать при этом свой собственный опыт. Другими словами, мы допускаем, что в какой-то степени опыт другого человека напоминает наш собственный, и такое допущение помогает нам более точно его воспринимать. Например, если я знаю, что мой коллега вернулся с похорон, то мой собственный опыт, скорее всего, дает мне возможность интерпретировать его молчание как депрессию, а не как безразличие или обиду на меня. Правда, эта же наша способность может приводить к серьезным ошибкам восприятия, вызывающим проблемы во взаимопонимании.

*Вторая особенность* обусловлена следующим. Если человек допускает ошибку при восприятии предмета (например, примет искусственные цветы за настоящие), то он довольно легко может исправить её, произведя с этим предметом действия, которые позволят обнаружить ошибку. Ошибку в восприятии другого человека или неверные представления о его целях или намерениях значительно сложнее не только проверить, но и исправить. При этом часто воспринимающий и не ставит перед собой задачу уточнить или проверить свое представление, искренне считая его верным. Разумеется, иногда люди поправляют восприятие друг друга, но чаще одна ошибка влечет за собой другую, значительно влияя на последующий характер межличностной коммуникации.

Таким образом, главным регулятором в построении общения является тот образ партнера, то представление о нем, которое имеется у каждого. Именно к этому образу и будут обращены коммуникативные послания. При его формировании важное значение имеет первое впечатление о человеке.

Каждый из нас имеет собственные представления и суждения о людях, мире, себе; планы, которые надо осуществить в будущем и т.п. Все это может каким-то образом отразиться на первом впечатлении о другом человеке. Вопрос о степени объективности формирующегося первого впечатления связан с вопросом о роли понимания ситуации общения для построения образа другого. В разных ситуациях нам требуются такие представления о партнере, которые помогли бы нам выстроить свое поведение и коммуникацию с ним. В конкретных условиях не нужно знать, какой человек «вообще», необходимо представлять себе, как он проявится в данной ситуации, чего от него ждать сейчас, при данных целях, задачах, желаниях, в данном контексте. Общение строится не «вообще», а «здесь и сейчас», и представление о партнере должно отражать эту реальность.

Множество ситуаций подтверждает драматическое воздействие первого впечатления на восприятие, что может повлиять на последующую коммуникацию между людьми. Это воздействие могут усилить некоторые психологические особенности участников общения. Вот, вероятно, самые важные из них:

*Влияние самооценки.* Полнота и характер оценки другого человека зависят от таких качеств оценивающего, как степень его уверенности в себе,

присущее ему отношение к другим людям. Если один из участников общения уверен, что его суждения о другом точно соответствуют действительности, то он обычно не заинтересован в получении обратной связи. В этом случае воздействие первого впечатления может оказаться решающим. Большинство из нас не раз переживали подобную ситуацию, когда возникает эффект «человека-невидимки». Не важно, что вы делаете или говорите, другой человек не реагирует на ваше поведение, поскольку уже сделал о вас свое заключение, на которое невозможно повлиять.

*Проецирование.* Познающий может вкладывать свои состояния в другую личность, приписывать ей черты, которые в действительности присущи ему самому, а у оцениваемой личности могут отсутствовать. Психологи обнаружили, что испытуемые, в личности которых были ярко выражены желчность, упрямство, подозрительность, чаще замечали эти черты у людей, предложенных им для оценки, чем испытуемые, у которых эти черты отсутствовали.

*Эффект ореола.* Это тенденция воспринимающего преувеличивать однородность личности партнера, например, переносить благоприятное впечатление об одном качестве человека на все его другие качества.

Существует несколько типовых схем запуска эффекта ореола. Чаще всего применяется схема восприятия, которая запускается в случае неравенства партнеров в той или иной сфере – социальной, интеллектуальной и т.д. Эта схема начинает работать не при всяком, а только при действительно важном, значимом для воспринимающего неравенстве. Люди склонны систематически переоценивать различные психологические качества тех, кто превосходит их по какому-либо существенному для них параметру. Так, если человек слабый и болезненный, но хочет быть сильным и здоровым, и встречает пышущего здоровьем и силой человека, то не исключено, что этот здоровяк будет переоценен первым по всем параметрам – в его глазах он будет и красив и умен, и добр, и т.д.

В одном лабораторном эксперименте студентам разных групп показывали одного и того же мужчину. В одной группе его представляли как студента, в другой – как лаборанта, в третьей – как преподавателя, в четвертой – как доцента, в пятой – как профессора. После того как гость уходил, участников эксперимента просили максимально точно определить его рост и рост самого экспериментатора. Оказалось, что рост последнего не менялся, а вот рост представленного мужчины неуклонно увеличивался по мере повышения его социального статуса.

Схема восприятия в данном случае, вероятно, такова. При встрече с человеком, превосходящим нас по какому-то важному для нас параметру, мы оцениваем его несколько более положительно, чем было бы, если бы он был нам равен. Если же мы имеем дело с человеком, которого мы в чем-то превосходим, то мы недооцениваем его. Важно, что превосходство фиксируется по одному параметру, а переоценка (или недооценка) происходит по многим параметрам. Эту ошибку восприятия стали называть действием фактора превосходства.

Другая ошибка, связанная с действием эффекта ореола, заключается в том, что если человек нам нравится внешне, то одновременно мы склонны считать его более хорошим, умным, интересным и т.д., т.е. переоценивать многие его психологические характеристики.

Еще одна схема запуска эффекта ореола связана с действием фактора «отношения к нам»: т.е. те люди, которые нас любят или хорошо к нам относятся, кажутся нам значительно лучше (умнее, справедливее и т.п.) тех, кто относится к нам плохо.

Таким образом, при формировании первого впечатления «эффект ореола» проявляется в том, что общее позитивное впечатление о человеке приводит к переоценке, а негативное впечатление – к недооценке неизвестного нам человека. Если в ситуации общения действует хотя бы один из рассмотренных факторов – превосходства, привлекательности или отношения к нам, то человек, скорее всего, применит одну из схем восприятия и, возможно, ошибется в оценке партнера.

*Стереотипизация.* Социальные стереотипы – основа формирования первого впечатления, а социальная стереотипизация – главный механизм этого процесса. *Социальный стереотип – устойчивое представление о каких-либо явлениях или людях, свойственное представителям той или иной группы.* Любой социальный стереотип является порождением определенной группы людей, и отдельный человек пользуется им лишь в том случае, если относит себя к этой группе. Трудность заключается в том, что видимым носителем того или иного стереотипа всегда является конкретный индивид. Поэтому при объяснении происхождения и функции стереотипа часто пытаются идти от изучения опыта человека, его знаний о предмете стереотипа, т.е. от его индивидуальных особенностей. Это приводит к неверным выводам о том, будто социальные стереотипы – следствие ограниченного опыта, невежества, плод скороспелых обобщений. Однако такие объяснения противоречат не только данным исследований, но и фактам, известным большинству людей.

Везде, где можно выделить различные группы, существуют и стереотипы, определяющие представления этих групп друг о друге, и адекватно они могут использоваться только в межгрупповых отношениях для быстрой ориентировки в ситуации и определения людей как представителей различных групп. Ориентировка и определение происходят мгновенно: по знакам групповой принадлежности срабатывает механизм стереотипизации и актуализируется соответствующий социальный стереотип. Для запуска этого механизма совершенно неважно, что в действительности происходит, каков личный опыт владельца стереотипа; главное – не ошибиться в ориентировке.

Ситуации первой встречи относятся именно к межгрупповому уровню общения. Поскольку в ней основное – решить вопрос о групповой принадлежности партнера, то наиболее важными характеристиками партнера оказываются те, что позволяют отнести его к какой-то категории, группе. Именно эти характеристики и воспринимаются наиболее точно. Все остальные черты и особенности индивида просто достраиваются по

определенным схемам. Если общение ограничено по каким-то причинам только межгрупповым уровнем, то такая схема восприятия всегда приводит к успеху.

Вместе с тем стереотипизация предполагает определенную оценку и неизвестных воспринимающему свойств и качеств его партнера, что может привести к неадекватному общению в дальнейшем, за пределами ситуации первой встречи, когда потребуется точность в определении именно этих ненаблюдаемых психологических качеств.

Таким образом, восприятие другого всегда одновременно верно и неверно, правильно и неправильно, более точно в отношении главных в данный момент характеристик и менее точно в отношении остальных. Вот почему требуются дополнительные усилия, чтобы видеть как сходство, так и различия между людьми.

Важно отметить следующее. Почти каждый взрослый человек, имеющий достаточный опыт общения, вполне способен точно определить наиболее значимые характеристики партнера – его социально-демографическую и профессиональную принадлежность, психологические черты. Однако эта точность высока только в нейтральных обстоятельствах, когда устранены все возможности взаимодействия, общения, зависимости между людьми и единственной задачей является точное и полное восприятие другого человека. Чем менее нейтральны отношения, чем более люди заинтересованы по тем или иным причинам друг в друге, тем выше вероятность ошибок.

При изучении коммуникативных навыков важным становится вопрос о том, можно ли утверждать, что восприятие одних людей более точно, чем восприятие других. Психологи согласны в том, что среди людей, способных точнее судить и понимать поведение других, чаще встречаются те, кто: в своих заключениях опирается на наблюдение за поведением, а не на стереотипы; менее авторитарные личности; более объективно относящиеся к себе.

Таким образом, неудачи и провалы в межличностной коммуникации часто случаются потому, что, во-первых, люди неверно и неточно воспринимают друг друга; во-вторых, не понимают, что их восприятия неточны. И хотя было бы иллюзией считать, что более точное восприятие всегда приводит к более эффективной коммуникации, тем не менее удовлетворенность общением и в кратковременных и в долговременных отношениях во многом зависит от степени адекватности и глубины межличностного восприятия.

*Коммуникативные стили.* Очень важным моментом межличностной коммуникации является выбранный коммуникативный стиль общения. *Понятие коммуникативного стиля обозначает привычные, устойчивые способы поведения, присущие данному человеку, которые он использует при установлении отношений и взаимодействии с другими людьми.*

В данном определении обращается внимание на индивидуальные различия в поведении людей; указывается на устойчивость данного способа

поведения; акцент делается на внешние формы поведения, на то, что можно наблюдать – видеть и слышать.

К примеру, если человек бывает искренним лишь с несколькими близкими друзьями и этот вид самораскрытия важен для него, то можно сказать, что глубокое самораскрытие с близкими – часть его межличностного стиля и одна из ценностей его системы межличностного общения. Или, предположим, кто-то никогда не сплетничает, не говорит о людях за их спиной, так как не желает порочить чью-либо репутацию или создавать кому-либо проблемы. В этом случае отказ от сплетен о людях – часть его стиля и одна из межличностных ценностей. А может быть, размышляя о своих отношениях с другими людьми, вы заметили, что всегда стараетесь добиться своего. Скажем, вы идете с приятелями только на тот фильм или концерт, который интересует лично вас; именно вы всегда устанавливаете время встречи (поездки, развлечения, и т.д.); в беседе с людьми, как правило, вы задаете тему разговора и говорите большую часть времени. Это может означать, что управление, манипулирование людьми, доминирование над ними является частью вашего межличностного стиля и входит в систему ваших межличностных ценностей.

Понимание собственного коммуникативного стиля и умение распознавать стиль партнера по коммуникации – важные характеристики коммуникативной компетентности.

От чего зависит устойчивость стереотипов поведения человека и что лежит в основе различия индивидуальных схем? Краткий ответ на этот вопрос: во-первых, особенность Я-концепции и, во-вторых, требования культурной среды. Более глубокий ответ нужно искать в области исследования структур личности, в частности в формировании механизмов психологических защит. Последователи психоанализа – неофрейдисты – считают, что защитные механизмы осуществляют регуляцию поведения таким образом, что они помимо сознания человека определяют весь его последующий стиль жизни.

Большинство исследователей стилей деятельности и общения разделяют следующие методологические установки: 1.) стиль представляет собой проявление целостности индивидуальности; 2.) стиль связан с определенной направленностью и системой ценностей личности; 3.) стиль выполняет компенсаторную функцию, помогая индивидуальности наиболее эффективно приспособиться к требованиям среды.

К анализу стилей межличностного взаимодействия обращались многие выдающиеся психологи. Вот определенный результат этих исследований.

Известный австрийский психолог А. Адлер ввел в психологию понятие «жизненного стиля», рассматривая его как уникальное соединение черт, способов поведения, привычек, которые, взятые в совокупности, определяют неповторимую картину существования индивида.

По мнению Адлера, жизненный стиль формируется у ребенка уже в раннем детстве – в возрасте 4-5 –ти лет и настолько прочно закрепляется, что

впоследствии почти не поддается серьезным изменениям и становится главным стержнем поведения человека.

Каждый человек в своей жизни, согласно идеям Адлера, поставлен перед тремя неизбежными проблемами: 1.) профессиональная проблема: как найти занятие, которое позволило бы выжить в сложном социальном мире; 2.) проблема сотрудничества и дружбы: как занять такое положение среди других людей, которое позволило бы сотрудничать с ними и пользоваться совместно преимуществами сотрудничества; 3.) проблема любви и супружества: как приспособиться к тому факту, что продолжение и развитие жизни человечества зависит от нашей любовной жизни.

Все эти проблемы взаимосвязаны. На основании того, как решаются три главные жизненные задачи, Адлер предложил типологию жизненных стилей, правда, оговариваясь при этом, что он не рассматривает людей как типы, потому что у каждого человека свой, индивидуальный стиль жизни, а выделяемые им типы установок – лишь концептуальное средство для лучшего уяснения понятия.

В своей классификации ученый использует в качестве переменных две движущие силы развития личности – социальный интерес и степень активности. *Социальный интерес* проявляется в сотрудничестве с другими людьми ради общего успеха. Его противоположностью является эгоистический интерес. *Степень активности* имеет отношение к тому, как человек подходит к решению жизненных проблем. Как считал Адлер, каждый человек имеет определенный энергетический уровень, в границах которого он решает свои жизненные проблемы и который может варьироваться у разных людей от вялости, апатичности до постоянной неистовой активности. Степень активности играет конструктивную или деструктивную роль только в сочетании с социальным интересом. Эти два измерения позволяют выделить следующие типы жизненных установок:

1.) *управляющий тип* – люди самоуверенные и напористые, с незначительным социальным интересом. Они активны, но их поведение не предполагает заботы о благополучии других. Для них характерна установка превосходства над внешним миром. Сталкиваясь с основными жизненными задачами, они решают их в агрессивной, антисоциальной манере; 2.) *берущий тип* – люди с подобной установкой относятся к внешнему миру паразитически, удовлетворяют большую часть своих потребностей за счет других. У них нет социального интереса, но, обладая низкой степенью активности, маловероятно, что они причинят вред другим; 3.) *избегающий тип* – у людей этого типа нет ни достаточного социального интереса, ни активности, необходимой для решения своих собственных проблем, для них характерно социально-бесполезное поведение; 4.) *социально-полезный тип* – люди, соединяющие в себе высокую степень социального интереса и высокий уровень активности. Они проявляют истинную заботу о других, заинтересованы в общении с ними, осознают, что решение жизненных задач требует сотрудничества, личного мужества и готовности помогать другим людям.

Введенный Адлером фактор социального интереса позволяет выделить и установки межличностного взаимодействия: индивидуалистическое стремление к социальному превосходству над другими может быть рассмотрено как вариант борьбы против других людей с целью стать выше их; социальное тяготение равных индивидов друг к другу предполагает интерес к другим людям, участие по отношению к ним (полезная сторона) или их использование (неполезная сторона).

Стили поведения в межличностных отношениях, лишь намеченные в концепции А. Адлера, получили глубокое исследование и развитие в работах К. Хорни. Основной тезис её подхода заключается в следующем: в целях достижения чувства безопасности в окружающем мире, снижения тревоги человек прибегает к разным защитным стратегиям. Каждой стратегии соответствует определенная основная ориентация в отношениях с другими людьми: 1.) ориентация на людей или *уступчивый тип*. Этот тип предполагает такой стиль взаимодействия, для которого характерны зависимость, нерешительность, беспомощность. Человеку уступчивого типа необходимо, чтобы в нем нуждались, любили и защищали его, руководили им. Подобные люди завязывают отношения с целью избежать чувства одиночества, беспомощности или ненужности, однако за их любезностью может скрываться подавленная потребность вести себя агрессивно; 2.) ориентация от людей или *обособленный тип*. Для этого типа характерна установка никоим образом не дать себя увлечь, идет ли речь о любовном романе, работе или отдыхе. В результате человек такого типа утрачивает истинную заинтересованность в людях, привыкает к поверхностным наслаждениям. Для данного стиля характерно стремление к уединенности, независимости и самодостаточности; 3.) ориентация против людей или *враждебный тип*. Этот стиль характеризуется доминированием, враждебностью, тягой к эксплуатации. Враждебный тип способен действовать тактично и дружески, но его поведение в итоге всегда нацелено на обретение контроля и власти над другими, все направлено на повышение собственного престижа, статуса или на удовлетворение личных амбиций.

По мнению Хорни, каждый из нас когда-либо применял эти стратегии в межличностных отношениях. Как у здоровой, так и у невротической личности все они находятся между собой в состоянии конфликта. Однако у здоровых людей этот конфликт не несет в себе такого эмоционального заряда, как, например, у больных неврозами. Здоровому человеку присуща большая гибкость, он способен менять стратегии сообразно обстоятельствам. Невротик же, когда решает встающие перед ним проблемы или строит отношения с другими, не в состоянии сделать правильный выбор между этими тремя стратегиями.

Различные коммуникативные стили исследовались американским психологом В. Сатир, которая сделала акцент на описании *паттернов коммуникации*, т.е. *используемых вербальных и невербальных знаков и приемов*. Сатир исходит из предположения, что изменение внешних поведенческих реакций может помочь в изменении отношения человека к

самому себе, прежде всего повысить его самооценку. Для этого необходимо как можно точнее представить, почувствовать, какие именно модели поведения – интонации, движения, позы тела, выражение лица и характерная лексика – соответствуют тому или иному стилю. Она выделяет четыре достаточно устойчивых паттерна, в описании установок которых очевидно влияние Хорни: 1.) *плакатор* (угодливый тип). Его внутренняя установка: «я – ничтожество». Плакатор всегда говорит, как бы заискивая, пытается благодарить, извиняться; он никогда не выражает несогласия независимо от предмета разговора. Изъясняется он так, как будто ничего не может сделать сам и должен иметь кого-нибудь в качестве наставника; 2.) *блеймер* (обвиняющий тип). Внутренняя установка этого типа: «я одинок, я неудачник». Блеймер – это диктатор, хозяин, тот, кто находит ошибки. Он ведет себя как человек, превосходящий всех; кажется, что он говорит: «все было бы прекрасно, если бы не ты». Голос его грозен, напряжен, часто пронзителен и громок; 3.) *компьютер* (безэмоциональный тип). Внутренняя установка такого типа: «я чувствую себя уязвимо». Он всегда очень корректен, разумен, спокоен, хладнокровен, собран, в нем не заметна ни одна эмоция. Голос его невыразителен, глух, монотонен; словарь насыщен абстракциями; 4.) *дистрактор* (неуместный тип). Его внутренняя установка: «никому до меня нет дела, для меня нигде нет места». Что бы ни говорил и не делал дистрактор, это не относится к тому, что говорит или делает кто-то другой, дистрактор никогда не отвечает по существу. Его голос может быть певучим, ударения в словах часто неправильны, интонации могут повышаться и понижаться совершенно без причин, потому что он ни на чем не фокусируется.

По мнению Сатир, способы коммуникации усваиваются человеком в раннем детстве. Пытаясь найти свой собственный путь в сложном и часто угрожающем мире, ребенок использует тот или иной стиль, после достаточно длительного пользования которым он уже более не может отличать свои реакции от чувства собственного достоинства или чувства своей индивидуальности. Использование моделей поведения блеймера, плакатора, компьютера и дистрактора в той или иной мере укрепляет в человеке чувство низкой самооценки и приниженности. Альтернативой этим типам, по мысли Сатир, является конгруэнтное поведение, при котором все составляющие сообщения соответствуют друг другу: голос произносит слова, соответствующие выражению лица, положению тела, интонациям. Взаимоотношения протекают легко, свободно и честно, и чувство собственного достоинства не подвергается таким испытаниям, как в описанных четырех случаях.

Подобно Хорни, признающей гибкость использования разных ориентаций в качестве показателя здоровой личности в отличие от невротической, Сатир также считает, что можно с равным успехом «плакаторить», если вам угодно, «блеймерить», если вам это нравится, быть «компьютером» или «дистрактором», если вам это нужно. Разница

между уродливым и нормальным паттернами состоит лишь в том, что вы знаете, что делаете, и готовы ко всем возможным последствиям.

Моделью, позволяющей представить различные коммуникативные стили, является так называемое «окно Джохари». Данная модель предложена Джозефом Луфтом и Харри Ингхэмом. Её суть в демонстрации взаимозависимости между информацией о нас самих, которая доступна только нам, и осознанием того, как другие воспринимают нас.

Метафора «окна» реализуется в модели следующим образом: перед нами четыре «сектора» в одном окне, размер каждого «сектора» зависит от осознания человеком своего поведения, чувств и мотиваций. В зависимости от получаемой информации «окно Джохари» иногда меняется в размере. Что представляют собой данные «сектора»?

Первый сектор – *открытая зона* – отражает общую открытость человека миру, его потребность быть признанным, она включает все аспекты о нем, известные ему самому и другим.

Второй сектор – *слепая зона* – включает то, что другие воспринимают в человеке, но что ему самому недоступно. Например, он склонен неумышленно монополизировать разговор или считает, что остроумен, а друзья находят его юмор тяжеловатым; он считает, что ведет себя уверенно, но другим заметна напряженность в его поведении. Слепая зона может содержать любые ненамеренные коммуникативные стимулы.

Третий сектор – *скрытая зона* – включает то, что индивид предпочел бы не раскрывать кому-либо еще.

Четвертый сектор – *неизвестная зона* – включает все, что еще не познано ни самим человеком, ни другими людьми, его неизведанные ресурсы, потенциал личностного роста, о котором он лишь предполагает, что тот существует, либо стремится к нему.

Все зоны взаимозависимы: изменения в одной вызывают изменения в другой. Если вы что-то раскрыли из скрытой зоны, тем самым сделали эту часть открытой, соответственно открытая зона увеличилась, а скрытая зона уменьшилась. Если друзья сказали вам о вашей нервозности, эта информация стала частью открытой зоны, соответственно уменьшилась слепая зона. Бывает, что такие изменения не всегда желательны. Иногда сообщение человеку, что он нервничает, лишь усиливает это состояние.

В целом авторы модели «окна Джохари» считают, что увеличение открытой зоны, т.е. не только самопознание, но и в определенной степени раскрытие себя перед другими, - наиболее желательная стратегия межличностной коммуникации. Лучшее знание себя в отношениях с другими приводит к росту самоуважения и самопринятия.

В своем поведении люди довольно последовательны, поэтому авторы «окна Джохари» считают возможным говорить о коммуникативном стиле человека в зависимости от доминирования той или иной зоны.

Стиль 1. Характеризует людей, которые демонстрируют скорее безличный подход в отношениях. У них доминирует неизвестная зона, они обычно уходят от контактов, избегают личностного самораскрытия, участия

в делах других и тем самым создают образ ригидного, т.е. сторонящегося других, некоммуникативного человека.

Стиль 2. Характерен для людей, которые стремятся к общению, но одновременно боятся раскрывать себя и в целом не доверяют другим. Если кто-либо понимает это и говорит им об этом, они перестают доверять и этим людям. Здесь доминирует скрытая зона.

Стиль 3. Характерен для крайне самоуверенных людей, которые при этом не осознают, как они действуют на других и как воспринимаются другими. Те, кто общается с такими людьми, часто ощущает, что к их идеям и высказываниям не прислушиваются, считают малоценными. Естественно, что подобное поведение может вызывать обиду и враждебность. Здесь доминирует слепая зона.

Стиль 4. Характерен для людей, демонстрирующих откровенность, открытость, понимание потребностей и настроения других. Здесь доминирует открытая зона.

Таким образом, можно констатировать, что все исследователи, признавая, что люди отличаются друг от друга по способу обращения с окружающими или своими коммуникативными стилями, выделяют во многом сходные модели поведения. Типичными схемами поведения в межличностном взаимодействии являются: готовность сблизиться с людьми (ориентация на людей, открытость); стремление избегать их (ориентация от людей, изоляция); установка на борьбу (ориентация против людей, доминирование); желание и готовность подчиняться (демонстрация слабости, самоунижение).

Описанные схемы поведения находят свое проявление в продуктивном или непродуктивном коммуникативном стиле. В основу различия этих двух стратегий контакта может быть положена ценностная ось «отношение к другому как к ценности – отношение к другому как к средству».

Первый полюс конституирует отношение к партнеру как к ценности. В этом отношении можно выделить моральную и психологическую стороны. Моральная сторона состоит в признании другого человека в качестве свободного, ответственного, имеющего право быть таким, каков он есть. Психологическая сторона состоит в стремлении к сотрудничеству, равноправным партнерским отношениям, к совместному решению возникающих проблем, в готовности понять другого, умении децентрироваться, видеть человека во всей его сложности, уникальности, изменчивости. В поведенческом плане это установка на диалог и сотрудничество.

Второй полюс характеризуется отношением к партнеру как к средству, объекту, орудию достижения своих целей: нужен – привлечь, не нужен – отодвинуть, мешает – убрать. Подобная установка базируется на ощущении собственного превосходства над другими в чем-либо, доходящем до чувства собственной исключительности. В психологическом плане эта позиция проявляется в эгоцентризме – непонимании другого, отсутствии попыток увидеть ситуацию его глазами, в упрощенном, одностороннем видении

своего партнера, в использовании стереотипных представлений, расхожих суждений о нем. В поведенческом плане – это опора на однонаправленность воздействия, его монологичность с использованием стандартных, привычных, автоматических приемов.

Большинство случаев взаимодействия между людьми находится между описанными полюсами. В чистом виде объектное отношение проявляется нечасто, поскольку вызывает моральное осуждение со стороны окружающих и, кроме того, часто технологически невыполнимо, так как приходится считаться с сопротивлением адресата воздействия, отстаивающего свое право на субъектность.

Каждый человек оказывается перед проблемой выбора своей собственной позиции, своего «участка на оси». Для описания взаимопереходов между полюсами психологи предлагают выделить несколько уровней, каждый из которых соответствует определенной стратегии межличностного взаимодействия: 1.) *Доминирование*. Отношение к другому как к вещи или средству достижения своих целей, игнорирование его интересов и намерений, стремление обладать, распоряжаться, получить неограниченное одностороннее преимущество. Стереотипное представление о другом, открытое без маскировки императивное воздействие: от насилия, подавления, господства до внушения, приказа с использованием грубого простого принуждения. 2.) *Манипуляция*. Возникает на том этапе, когда открыто переиграть соперника уже не удастся, а полностью подавить нет возможности. При этом сохраняется тенденция игнорирования его интересов и намерений, однако стремление добиться своего происходит с оглядкой на производимое впечатление. Воздействие скрытое с опорой на автоматизмы и стереотипы, с привлечением сложного опосредованного давления. Наиболее частые способы воздействия – провокации, обман, интрига, намек.

3.) *Соперничество*. Партнер представляется опасным и непредсказуемым, с силой которого приходится считаться, но основная задача – переиграть его. Если манипуляция строится на маскировке как цели воздействия, так и самого факта воздействия, то соперничество допускает признание факта воздействия, но цели еще скрываются. Интересы другого учитываются в той мере, в какой это диктуется задачами борьбы с ним. 4.) *Партнерство*. Отношение к другому, как к равному, с кем надо считаться, но в то же время, стремление не допустить нанесения ущерба себе, раскрывая цели своей деятельности. Отношения равноправные, но осторожные, основанные на согласовании интересов и намерений. Способы воздействия строятся на договоре, который служит и средством объединения, и средством оказания давления. 5.) *Содружество*. Отношение к другому, как к самооценности. Стремление к объединению в совместной деятельности для достижения близких или совпадающих целей. Основной инструмент воздействия уже не договор, а согласие (консенсус).

К продуктивному стилю взаимодействия могут быть отнесены лишь две последние установки. Этот стиль понимается как плодотворный контакт в межличностном взаимодействии, способствующий установлению отношений

взаимного доверия, раскрытию личностных потенциалов и достижению эффективных результатов совместной деятельности. Психологические барьеры и невозможность приспособиться друг к другу, отсутствие доверия могут привести к реализации первых трех, непродуктивных стилей взаимодействия.

Каждая стратегия построена на использовании конкретных поведенческих моделей. Стратегия партнерского взаимодействия предполагает владение такими механизмами взаимопонимания, как децентрация, эмпатия, точность и ясность в выражении потребностей, чувств, эмоций, искренность.

*Децентрация* представляет собой психологическую способность отойти от своего Я и приблизиться к Я другого человека, встать на точку зрения другого, посмотреть на мир его глазами. Децентрация в коммуникации характеризуется тем, что отправитель предвидит расшифровку получателя, принимает во внимание его точку зрения и кодирует на условиях получателя. Аналогично этому, децентрация получателя заключается в том, что он слушает и расшифровывает на условиях отправителя. Противоположностью децентрации является *эгоцентризм*. Эгоцентрик – человек, у которого снижена или полностью отсутствует способность ориентации на другого, о чем он может даже и не подозревать. Эгоист же это знает, хотя действует так же, как эгоцентрик. Крайний эгоцентризм может служить серьезным препятствием в коммуникации. Если один из участников коммуникации – эгоцентрик, то ее успешное протекание возможно только в случае, если другой ее участник наделен развитой способностью к децентрации. Это часто происходит, например, в случаях общения ребенка и взрослого.

Механизм децентрации лежит в основе *эмпатии* – сложнейшего средства межличностного общения. Кратко определить эмпатию можно как понимание другого посредством эмоционального проникновения в его внутренний мир, чувства и мысли. Быть в состоянии эмпатии означает воспринимать внутренний мир другого точно, с сохранением эмоциональных и смысловых оттенков, но при этом не переходить к состоянию идентификации с другим (т.е. не занимать позицию «я точно такой, как ты», «я=ты»). При эмпатии наше уважение к другому проявляется в нашем внимании к нему, полностью направленном на то, о чем нам говорят в данный момент. Очень легко подменить эмпатию советом, поучением, подбадриванием, сочувствием, выспрашиванием или рассказыванием историй о самом себе. Все приведенные способы оказания поддержки могут быть важны сами по себе, но прямого отношения к эмпатии не имеют, более того, будучи неудачно использованы, они могут вызвать у собеседника острое чувство непонимания, эмоциональное отторжение.

Компетентность коммуникатора состоит в том, чтобы почувствовать, когда требуется эмпатия, а когда нет. Одним из признаков такой потребности могут служить очень сильные эмоциональные переживания собеседника, окрашивающие его сообщение. Способность к эмпатии предполагает не только психологическую чуткость как личностную характеристику, но и

вполне определенные навыки, которые приобретаются и оттачиваются на практике. Соответственно основными приемами эмпатии являются: эмпатическое выслушивание, включая «отзеркаливание» фраз собеседника (т.е. их точное повторение); их перефразирование; сообщение партнеру о переживаемых им эмоциях и чувствах; указание на смысл переживаемого им.

Таким образом, коммуникативные стили проявляются, прежде всего, как набор определенных действий, умений, навыков, соответствующих психологической направленности личности.

## **Тема 6. Коммуникация в малых группах**

*Основные подходы к изучению коммуникации в малой группе.* Актуальность вопросов, связанных с коммуникацией в малых группах, казалось бы, не подлежит сомнению. Однако на сегодняшний день в исследовательской литературе как отечественной, так и зарубежной практически нет работ, посвященных специально проблематике коммуникации в малых группах. Хотя во многих работах в той или иной степени затрагиваются те или иные аспекты феномена коммуникации в группе. Причем разработками в этой области заняты не только социология и социальная психология, но и психотерапия, теория и практика менеджмента.

Одной из самых распространенных в социальных науках выступает классификация видов коммуникации на основании уровня или контекста, в котором она осуществляется. По этому критерию выделяют следующие виды коммуникации: внутриличностную, межличностную, групповую, массовую. Явление групповой коммуникации возникает, прежде всего, при непосредственном общении людей в малых группах. Человек связан с малыми группами с самого начала своей как личной жизни, так и общественной. Причем он не просто испытывает на себе их влияние, но только через них и в них в значительной степени получает информацию о внешнем мире и в дальнейшем организует свою деятельность.

Групповой коммуникации помимо многих закономерностей, свойственных межличностной коммуникации, присущи специфические для этого типа коммуникации феномены, к которым относятся совокупность позиций членов группы относительно получения и хранения значимой для группы информации (структура коммуникационных потоков); групповое влияние и степень идентификации человека с группой; принятие группового решения, т.е. обсуждение значимых для группы проблем, в процессе которого происходят поиск и выработка общего группового решения.

В современной литературе присутствуют два основных подхода в исследовании коммуникации: *механистический* и *деятельностный*.

При механистическом под коммуникативацией понимается *однаправленный процесс передачи и приема информации*.

Деятельностный подход подразумевает понимание *коммуникации как процесса общения, обмена мыслями, знаниями, чувствами, схемами поведения, а также как совместной деятельности участников*

*коммуникации (коммуникантов), в ходе которой вырабатывается общий взгляд на вещи и действия с ними.*

И если в первом случае контекст внешней среды рассматривается как «шум», то для второго подхода характерно рассмотрение коммуникации как процесса, протекающего в определенном физическом и социальном контексте.

Указанные подходы задают концептуальную основу и важнейшие направления исследования групповой коммуникации: процессы передачи информации в группе (коммуникация в собственном смысле слова), влияния групповых факторов на коммуникацию, особенности коммуникации в различного рода малых группах...

Нельзя сказать, что к настоящему времени все проблемные вопросы групповой коммуникации разрешены. Достаточно сказать, что само понятие малой группы, ее сущностные черты, границы, виды все еще остаются дискуссионными. Так что же такое малая группа?

*Малая группа: понятие, сущностные черты.* Малой группой обычно называют небольшое число людей, хорошо знающих друг друга и постоянно взаимодействующих между собой. Количество определений малой группы существует масса, но чаще всего в них указывается на следующие признаки: *контактность* – возможность каждого члена группы регулярно общаться друг с другом, воспринимать и оценивать друг друга, обмениваться информацией; *целостность* – социальная и психологическая общность индивидов, входящих в группу, позволяющая воспринимать их как единое целое; *стабильность состава* – это, прежде всего, обусловлено индивидуальной неповторимостью и незаменимостью участников; *устойчивость взаимодействия* – она обеспечивается взаимным положительным подкреплением активности, направленной на успех группы в целом. Если какой-либо член группы перестает вносить необходимый вклад в удовлетворение потребностей других, то он попросту изгоняется из данной группы; *наличие внутренней структуры* – сюда включается система неформальных ролей и статусов, нормы и правила поведения, а также механизм социального контроля; *удовлетворение личных запросов* – это происходит через принадлежность к группе. Малая группа в отличие от большой удовлетворяет наибольшее количество жизненно важных потребностей человека. Если удовлетворение, получаемое в группе, становится ниже определенного уровня, индивид покидает ее.

В самом общем виде можно дать следующее определение: *малая группа – это немногочисленная по составу группа, члены которой находятся в непосредственном личном общении, объединены общей социальной деятельностью, что является основой для возникновения эмоциональных отношений, групповых норм и групповых процессов.*

Особого внимания заслуживает вопрос о границах малой группы, поскольку численность влияет на ее характеристики. Нижним пределом группы обычно называют диаду или триаду. Диада состоит из двух человек, социальное начало в диаде еще только зарождается, отсюда происходят ее

особенности: субъективность, взаимные чувства и пристрастия как основа существования диады; эквивалентность обмена и взаимность (это закон межличностных отношений в диаде); жесткость структуры отношений – уход одного из партнеров приводит к распаду диады; наличие только одной линии взаимодействия. Триада – активное взаимодействие трех человек, обладает качественно отличающимися от диады свойствами: наличием феномена большинства и, следовательно, более оформленного проявления социального начала, системы социальных отношений; возможностью создания качественно новой позиции – наблюдателя, что добавляет существенный момент к возникающей системе взаимоотношений. К примеру, наличие этой позиции может добавить нечто к одной из позиций в конфликте. Тем самым создается дополнительная основа для разрешения конфликта и снимается его личностная природа.

Относительно верхнего предела группы существуют различные мнения. Достаточно распространенными являются представления, сформированные на основе открытия «магического числа»  $7\pm 2$  при исследованиях объемов оперативной памяти. Оно означает количество предметов, одновременно удерживаемых в памяти, а поскольку малая группа контактна, необходимо, чтобы индивид одновременно удерживал в поле своих контактов всех членов группы. По аналогии с памятью, это может быть обеспечено при наличии в группе  $7\pm 2$  членов. Однако практика экспериментальных исследований показывает, что верхний предел группы может составлять и 10 и 20 человек. В некоторых исследованиях упоминаются группы по 35-40 человек. Отсюда вторым подходом к определению верхней границы группы выступает утверждение о зависимости ее размеров от характера деятельности. Малой группой тогда оказывается группа, представляющая собой некоторую единицу совместной деятельности, а ее численность определяется эмпирически. Например, при исследовании семьи в качестве малой группы на равных будут рассматриваться семья, состоящая из трех человек, и семья, в которую входят 10 членов и более. При анализе рабочих бригад в качестве малой группы может приниматься бригада как из пяти человек, так и из 40 человек, если при этом именно данная группа выступает единицей предписанной ей деятельности. В случае, когда численность группы превышает определенную «критическую массу», она неизбежно распадается на подгруппы, клики, фракции.

Важно также отметить, что количество связей в группе увеличивается в геометрической прогрессии, если число членов группы возрастает в арифметической. В группе из трех человек возможны всего четыре отношения, в группе из четырех человек – 11, а в группе из семи – 120 связей.

В то же время, чем меньше по численности группа, тем интенсивнее в ней взаимодействие. Чем крупнее группа, тем чаще отношения теряют личностный характер, формализуются и перестают удовлетворять членов группы. Группа из 5-7 человек считается оптимальной. Согласно

статистическим расчетам, большинство малых групп включает 7 индивидов и менее.

Итак, малые группы – это немногочисленные группы, насчитывающие не более нескольких десятков членов. Они обычно связаны дружескими отношениями, в них преобладают непосредственные личные контакты. Однако малая группа – это не просто любые контакты между людьми (ибо какие-нибудь контакты есть всегда и в произвольном случайном собрании людей), но контакты, в которых реализуются определенные общественные связи и которые опосредованы общественной деятельностью.

*Разновидности малых групп.* Обилие малых групп в обществе обуславливает их разнообразие, что, в свою очередь, ставит проблему их типологизации. Дело в том, что типологические особенности группы могут обуславливать особенности групповой коммуникации.

Если подходить исторически, то первая классификация типов малых групп свелась к выделению *первичных* и *вторичных* групп.

Согласно автору данной классификации Ч. Кули, *первичные группы есть особая разновидность малых групп, связи в которых опираются на непосредственные личные контакты, на эмоциональное вовлечение ее членов в дела группы, что обеспечивает высокую степень идентификации членов с группой.*

Первичная группа – это, прежде всего, семья, состоящая из родителей и детей. Сходными признаками обладают также группы сверстников, особенно возникающие в детстве и в ранней молодости. Ближайшее соседство в определенных ситуациях может превратиться в первичную группу. Значение первичных групп заключается в первую очередь в том, что в них создаются единообразные черты личности человека, особенно в период его формирования в раннем детстве, и сходство этих черт, проявляющееся в различные исторические периоды и в разных культурах, – это результат сходства организации и структуры первичных групп и сходства систем отношений, которые в них существуют. Кули пишет, что первичные группы первичны в том смысле, что они дают индивиду самый ранний и наиболее полный опыт социального единства, а также в том смысле, что они не изменяются в такой же степени, как более сложные отношения, но образуют сравнительно неизменный источник, из которого зарождаются эти последние.

В первичных группах чаще всего отсутствует формальная связь, а если эта связь, например в семье, начинает играть важную роль, то это значит, что семья распалась как первичная группа и превратилась в формализованную малую группу.

*Вторичные малые группы – общности, в которых непосредственных контактов меньше, чем в первичных, а для общения между членами группы используются различные «посредники», например, в виде средств связи.* Особое значение в них приобретают вещественные контакты. Эти группы часто опираются на институционализированную и схематизированную систему отношений, и их деятельность регулируется особыми правилами.

Вторая типология – деление малых групп на *формальные* и *неформальные*. Впервые это деление было предложено американским социологом и социальным психологом Э. Мэйо при проведении им знаменитых Хоторнских экспериментов в конце 1920х – начале 1930-х гг.

*Формальные малые группы – это группы, членство и взаимоотношения в которых определяются формальными предписаниями и договоренностями, заданными извне.* Соответственно в формальной группе строго распределены статусы и роли, прежде всего по отношению к структуре власти. К этому виду малых групп можно отнести в первую очередь наименьшие по численности и далее неделимые коллективы подразделений предприятий, организаций и институтов. Ведущей сферой активности и основным психологическим механизмом объединения индивидов в рамках таких групп является совместная деятельность. Примером формальной малой группы может служить любая группа, созданная в условиях какой-либо конкретной деятельности: рабочая бригада, школьный класс, спортивная команда и т.д.

*Неформальные малые группы – объединения людей, возникающие на основе внутренних потребностей индивидов в общении, понимании, симпатии, принадлежности к данной группе.* Такие группы возникают стихийно, статусы и вытекающие из них роли не носят предписанного характера, здесь нет заданной по вертикали системы взаимоотношений. Неформальная группа может создаваться внутри формальной, когда, например, в рамках бригады возникают группы, состоящие из людей, объединенных каким-либо дополнительным интересом, но иногда неформальная группа может возникать и сама по себе, в частности, в очень сплоченной дружеской компании.

Однако эмпирически не представляется возможным вычленение строго формальных и строго неформальных групп, особенно в тех случаях, когда неформальные группы возникают в рамках формальных, поэтому часто различают не группы как таковые, а характер отношений внутри них: формальную и неформальную структуры группы. Поэтому четкого разделения понятий «формальная группа» и «организация» нет, в ряде случаев отличие неформальной и формальной группы видят в том, что последняя имеет черты организации.

Третья типология разводит так называемые *референтные группы* и *группы членства*. Данная классификация была предложена Г. Хайменом, которому принадлежит открытие самого феномена референтной группы. Под *референтной* понимается группа, в которую индивид не включен реально, но нормы которой им принимаются, и, таким образом, данная группа играет для него роль эталона для оценки своего поведения. В каких-то случаях референтная группа может находиться вне группы членства, даже противостоять ей, а в каких-то – возникать внутри, и в этом случае ее можно определить как «значимый круг общения». Каждый человек находится в месте пересечения уникальной комбинации групп, членом которых он является. В данном случае каждая из этих групп выступает своеобразным каналом коммуникации, под воздействием которого и находится человек.

На сегодняшний день проблематика референтных групп с точки зрения теории коммуникации ждет своей дальнейшей разработки, поскольку наличный уровень знания позволяет только констатировать, что группа членства потеряла для индивида привлекательность, и он сопоставляет свое поведение с другой группой, но не объяснить механизмы взаимодействия именно с этой группой.

По длительности существования выделяют *временные группы*, в рамках которых объединение индивидов ограничено по времени (участники дискуссии, соседи по купе в поезде), и *стабильные*, относительное постоянство существования которых определяется их предназначением и долговременными целями функционирования (семья, трудовые и учебные группы).

В зависимости *от степени произвольности решения* индивидом вопроса о вхождении в ту или иную группу, участия в ее жизнедеятельности и уходе из нее группы делятся на *открытые* и *закрытые*.

Малые группы являются основным объектом лабораторных исследований в социологии и социальной психологии. Особый интерес представляют также *психокоррекционные группы* (социально-психологического тренинга) – временные группы, специально создаваемые для формирования навыков эффективного общения, взаимопонимания и решения психологических проблем под руководством психолога-тренера. Поэтому в ряде случаев необходимо различать *искусственные* и *естественные* группы.

Кроме того, *по характеру и формам организации деятельности* выделяют следующие разновидности малых групп: 1.) *случайно организованная группа* (например, экскурсионная); 2.) *ассоциация*, где взаимоотношения определяются преимущественно личностно значимыми целями (группа друзей); 3.) *корпорация*, когда объединение происходит на основании только внутренних целей, их достижение осуществляется любой ценой, в том числе и за счет интересов других групп (черты корпорации может приобрести любая малая группа: семья, учебная группа и пр.); 4.) *коллектив* – такая форма организации групповой деятельности, при которой связи и отношения между индивидами опосредованы общественно значимыми целями. В отечественной литературе коллектив рассматривается как высший уровень развития группы, характеризуемый высоким уровнем сплоченности, единством ценностно-нормативной ориентации, глубокой идентификацией индивида с группой и ответственностью за результаты совместной групповой деятельности; 5.) *команда* – группа, состоящая из двух человек или более. Имеет ясную, упорядоченную и экономную структуру, направленную на достижение поставленных целей и выполнение задач. Для нее характерны сложившиеся связи как внутри, так и вне ее с другими командами и группами; члены команды в соответствии с отведенной им ролью участвуют в меру своей компетентности в совместном достижении поставленных целей; команда имеет свое лицо, не совпадающее с индивидуальными качествами ее членов.

Применительно к групповой проблематике термин «команда» обрел научное звучание лишь в последнее десятилетие XX в. В трактовке команды современными исследователями менеджмента немало общего с описанием коллектива в работах отечественных авторов советских лет. В то же время трактовка команды как группы высокого уровня развития более реалистична, прагматична и лишена идеологических ярлыков.

Существенной характеристикой команды выступает высокий профессионализм. Кроме того, членам команды присуща высокая степень владения следующими прикладными умениями: 1.) техническими или функциональными умениями. При этом чем шире диапазон таких умений, тем успешнее действует команда; 2.) умениями принимать решения и решать проблемы. Если на начальной стадии жизни команды такие умения могут быть лишь у отдельных её членов, остальные могут развить их в процессе совместной работы; 3.) интерперсональными умениями. Речь идет об умениях строить отношения с другими людьми, эффективно используя разнообразные коммуникативные средства.

Традиционно наибольший интерес для исследователей представляли *семья* и *производственная группа*. В последние десятилетия усилился интерес к психокоррекционным группам, а также к особым группам; находящимся длительное время в изоляции, спортивным, туристическим и т.д.

*Функции групповой коммуникации.* Коммуникация в малой группе, помимо *информативной*, выполняет следующие функции: *формирование согласия, обеспечение согласованных действий, складывание особой культуры группы*.

Важнейшей функцией коммуникации в малой группе выступает не просто изменение установок или поведения члена группы под влиянием внешних стимулов, но достижение определенной степени согласия. *Согласие – это формирование общей картины мира*. Это непрерывный процесс, который состоит из последовательного ряда взаимодействий. Когда возникает согласие, происходит взаимопроникновение картин мира, что позволяет каждому члену группы понимать точки зрения других.

*Согласованные действия, понимаемые как целенаправленные совместные действия*, в группе просто невозможны без эффективной коммуникации. Американский психолог Дж. Слоткин провел следующий эксперимент среди пациентов, страдающих нарушением коммуникативных функций. В продолжение почти двух месяцев 15 пациентов ежедневно по несколько часов находились в одной комнате. Были созданы условия для определенных совместных действий – игр, обсуждений и т.п. Но за весь период ни устойчивых взаимоотношений, ни какой-либо социальной иерархии не установилось, хотя было точно известно, что представления о взаимных статусах сохранились, поскольку участники эксперимента при необходимости обращались к представителям госпитального штата.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Шибутани Т. Социальная психология. Р.-на-Д., 1998., с. 148.

Все действия, внешне похожие на согласованные, на самом деле таковыми не являлись. Например, когда один из испытуемых начинал смеяться, к нему могли присоединиться и другие, но при этом абсолютно не представляя причину смеха. Столь же заразительны были и проявления страха, а когда кто-нибудь повышал голос, другие тоже начинали громко разговаривать. Но высказывания не адресовались ни к кому из находившихся в комнате. Попытки кооперации в играх, требующих совместной деятельности (например, в карты), также ни к чему не приводили: у каждого игрока были собственные правила и своя индивидуальная версия о том, как должна происходить игра. Единственным кооперативным достижением за указанный период было установление определенного порядка мест при рассаживании. Но этим структурирование группы и ограничилось.

*Особая культура группы формируется в результате коммуникации.* В малых группах люди общаются друг с другом иначе, чем с посторонними. В результате такого общения устанавливается особая коммуникация, благодаря чему формируется специфическая культура данной группы, включающая в себя особый язык, нормы и правила поведения, традиции и ритуалы.

К примеру, исследования, проведенные Ф. Ротлисбергером, показали, что в производственных группах существуют общие представления об определенной дневной норме, поэтому тех, кто делает слишком много, осуждают. В то же время группа подстегивает отстающих. Люди напряженно работают до тех пор, пока не выполнена дневная норма, а затем позволяют себе расслабиться.<sup>15</sup>

Важно отметить и такой важный элемент культуры, как система санкций, принятая в данной группе по отношению к нарушителям групповых установлений. Так, в производственной группе слишком старательному рабочему, не обращающему внимания на предостережения, грозит «потеря» инструментов или снижение объема выработки вследствие «недоброкачества» исходных материалов. В критической ситуации такому работнику может быть отказано в помощи. В крайнем случае, человек может физически присутствовать, но в то же время не являться членом группы. Вокруг него может установиться все возрастающая социальная дистанция, причем давление может распространиться и на тех, кто с ним близок.

Таким образом, коммуникация в малой группе выполняет функцию обмена информацией между членами группы и комплекс функций, направленных на поддержание отношений, на поддержание самой группы.

*Структура и динамика коммуникации в малой группе.* Этот момент, возможно, является базовым для понимания феномена коммуникации в малой группе. *Структура малой группы – это совокупность связей, складывающихся в ней между индивидами.* При исследовании малых групп чаще всего выделяют: 1.) структуру связей и отношений, порождаемых совместной деятельностью (экономические, функциональные,

---

<sup>15</sup> Там же. с. 345.

организационные); 2.) структуру связей, возникающую в процессе общения (статусно-ролевую и коммуникативную структуры, структуру эмоциональных отношений).

В коммуникативной структуре группы учитываются информационные потоки (каналы распространения информации в группе) и объем информации, которым владеет каждый участник группы. В этой структуре особое значение имеют: 1.) положение, занимаемое индивидом в системе коммуникации (доступ к получению и передаче информации, циркулирующей в группе, объем информации, важной для осуществления жизнедеятельности группы); 2.) направленность и интенсивность коммуникаций в группе.

Еще в конце 1940-х гг. А. Бейвелас попытался экспериментальным путем ответить на вопрос: при какой структуре коммуникативного процесса группа наиболее эффективна в решении поставленной проблемы? Иначе говоря, как должна быть налажена циркуляция информации в группе (кем, кому и как часто должна передаваться), чтобы группа быстрее справилась с задачей?<sup>16</sup>

Суть эксперимента состояла в следующем. Пять человек рассаживаются за круглым столом, разделенным перегородками на пять кабин, причем так, что участники не видят друг друга. Каждый из них получает карту, на которой изображены пять символов из шести возможных (круг, треугольник, звезда, квадрат, крест, ромб). Поставленная задача состоит в определении общего для всех символа. Соответственно взаимодействие происходит лишь посредством записок, передаваемых через прорези в стенах кабины. Открывая одни и закрывая другие прорези, экспериментатор регулирует циркуляцию информации в группе. Задача считается решенной, когда каждый назовет общий символ.

В эксперименте Бейвеласа использовались три вида коммуникативных сетей: круг (первый испытуемый передает записку второму, второй третьему, тот – четвертому, последний – вновь первому, причем циркуляция возможна и в обратном направлении); цепь (то же что и в предыдущем варианте, только первый и последний не связаны между собой); крест (все записки передаются через одного испытуемого, занимающего центральную позицию, остальные между собой не связаны).

Та же процедура использовалась в экспериментах, проведенных спустя несколько лет Г. Ливиттом. Оба автора исходили из общей гипотезы, что объективно заданная структура коммуникации существенно влияет на поведение членов группы и способ решения поставленных проблем. Позиция испытуемого, предположили авторы, предопределяется объемом информации, которая к нему поступает, а также его возможностью влиять на коммуникативный обмен между другими членами группы. Человек, обладающий большим объемом информации и большей возможностью регулировать ее циркуляцию, выполняет более значимую роль в решении

---

<sup>16</sup> Донцов А.И. Психология коллектива. - М., 1984., с. 50.

проблемы. Эта роль тем весомее, чем ближе к центру позиция, которую он занимает. В случае, когда человек занимает центральную позицию, он становится главным субъектом окончательного решения. Таким образом, согласно гипотезе, степень централизации должна сказываться на эффективности решения задачи. Замеры делались в отношении времени решения, числа записок, числа ошибок.

В итоге экспериментов выяснилось, что коммуникативная сеть типа «крест» обуславливает наиболее быстрое решение задачи при общем наименьшем количестве записок и ошибочных решений. Кроме того, оказалось, что индивиды, занимавшие центральные позиции, получили большее удовлетворение от работы в группе, чем те, кто находился на периферии коммуникативной сети. Как предположили авторы, это связано с тем, что такая позиция в коммуникативной сети дает больше шансов выдвинуться в лидеры группы, т.е. влиять на поведение других, не подвергаясь влиянию с их стороны. Однако общая удовлетворенность членов малой группы оказалась выше при децентрализованных сетях.

Эксперименты Бейвеласа и Ливитта стимулировали множество подобных исследований, в которых варьировались типы коммуникативных сетей, а получаемые данные интерпретировались в русле тех же идей.

Следующим этапом в исследовании коммуникативной структуры малой группы явились исследования французских психологов К. Фашо и С. Московичи. Экспериментаторы впрямую задались вопросом о связи типа коммуникативной сети с характером задачи, поставленной перед группой. В частности, их интересовал вопрос: во всех ли случаях централизованная сеть наиболее эффективна?

Использованная авторами экспериментальная ситуация существенно отличалась от предыдущей. Решая поставленную задачу, группа была вольна конструировать коммуникативную сеть. Никаких ограничений на процесс циркуляции информации и ее вид (письменная или устная) не накладывалось. Проводилось тщательное наблюдение.

Авторы исходили из предположения, что между характером задачи, структурой коммуникаций и способностью группы к решению проблемы существует прямая зависимость. Центральная роль отводилась задаче, которая, согласно исходному предположению, обуславливает формирование той или иной сети коммуникаций. Испытуемым предлагались два типа проблем: в одном случае требовалось установить логическую последовательность предъявленных фигур, и было единственно правильное решение; в другом – из заданного числа элементов нужно было составить максимальное количество фигур. Решение первой задачи предполагало выработку стратегии, подчиняющейся единым правилам, и требовало тесной координации усилий членов группы. Решение второй задачи не нуждалось в объединении общих усилий, напротив, оно требовало раскрепощения индивидуальной фантазии.

В результате исследования выяснилось, что при решении обеих задач вырабатывались как централизованные, так и децентрализованные сети.

Однако группы, решающие первую проблему, в 2 раза чаще приходили к централизации коммуникативного обмена, тогда как во втором случае в 3 раза более продуктивной выступала децентрализованная сеть и именно она формировалась в первую очередь.

Таким образом, исследователи пришли к выводу, что лучше функционирует группа, в которой структура коммуникаций соответствует структуре поставленной задачи, т.е. когда реально сложившаяся коммуникативная сеть адекватна оптимальной для достижения цели. Подобная оптимизация естественным образом происходит в процессе развития группы. Последующие исследования подтвердили эту закономерность.

В малой группе разная информация распространяется разными способами, по разным коммуникативным путям (коммуникативным сетям). Эти сети бывают централизованными и децентрализованными.

*В централизованных сетях преимущественно один человек распространяет вокруг себя важную для группы информацию (фронтально, радиально либо иерархически).* Это способствует повышению управляемости группы и более быстрому решению простых задач. Целесообразно передавать по централизованным сетям информацию в случаях, когда надо довести одну и ту же, без искажений, информацию до сведения всех людей, когда необходимо стимулировать развитие лидерства, организационно сплотить группу. Однако следует иметь в виду, что в рамках таких сетей затруднено решение сложных и творческих задач. Широкое их применение может также привести к снижению удовлетворенности от членства в группе.

Виды централизованных коммуникативных структур (сетей) в малых группах бывают следующими: 1.) *фронтальная* – участники не вступают в контакт, но находятся в поле зрения друг друга. Этот факт во многом помогает им, так как позволяет увидеть реакции и поведение других участников взаимодействия; 2.) *радиальная* – вся информация передается членам группы только через центральное лицо. Отсутствие единства места и времени передачи информации затрудняет обратную связь с партнерами, которых нельзя увидеть и услышать, зато дает возможность относительно независимо формировать собственную позицию; 3.) *иерархическая* – структура с двумя и более уровнями соподчинения членов группы, причем часть из них может видеть друг друга в процессе совместной деятельности, а часть – нет. Возможности общения при этом ограничены, и коммуникации могут осуществляться в основном между членами группы, занимающими соседние уровни иерархии. Тот, кто занимает верхнюю позицию в иерархии соподчинения, имеет непосредственного помощника, которому, в свою очередь, подчинены остальные участники.

*В децентрализованных сетях участники равны, каждый из них может принимать, перерабатывать и передавать информацию, и прямо общаться с остальными участниками сети.* Информация в децентрализованных сетях может передаваться по кругу или по цепи.

Децентрализованные сети используются, когда необходимо решить творческие задачи, не лимитированные временем, задачи повышенной сложности, развить межличностные отношения, повысить удовлетворенность членов группы.

Виды децентрализованных коммуникативных структур в малых группах таковы: 1.) *цепочка* – информация передается последовательно от одного члена группы к другому; 2.) *круговая* – отличается тем, что здесь одинаковыми возможностями располагают все без исключения члены группы. Информация может бесконечно долго циркулировать между членами группы, дополняться и уточняться. В такой структуре участники могут непосредственно наблюдать за реакциями друг друга, учитывать их; 3.) *полная* – отсутствуют препятствия для свободного общения и передачи информации.

Вместе с тем, как показывают исследования, общая удовлетворенность работников оказывается наибольшей в случае менее централизованных коммуникативных сетей, а наибольшая удовлетворенность индивида связана с возможностью доступа к максимальному объему информации или максимального влияния на нее.<sup>17</sup>

Следовательно, особенности коммуникативной структуры малой группы во многом определяются статусно-ролевой структурой. *Под статусно-ролевой структурой понимается совокупность отношений между индивидами, в основе которой лежат типичные способы поведения, предписанные, ожидаемые и реализуемые участниками группового процесса в соответствии со своей позицией в группе.*

*Коммуникативная структура группы – это совокупность позиций членов группы в системах информационных потоков, связывающих членов группы между собой и с внешней средой, и концентрации у них того или иного объема групповой информации.*

В свою очередь владение информацией – важный показатель положения члена группы в ее иерархии. С одной стороны, доступ к получению, хранению и распределению информации обеспечивает человеку в группе особую роль, особые групповые привилегии. В ряде случаев человека, являющегося информационным центром группы, называют информационным лидером. С другой стороны, информация обычно адресуется именно высокостатусным членам группы, т.е. чем выше статус индивида, тем большим объемом информации он владеет. Характер сообщаемой информации также зависит от групповой позиции человека: чем выше его статус, тем более благожелательный характер придается передаваемой информации.

На практике выбор той или иной коммуникативной сети зависит от вида и целей взаимодействия. Необходимость обращения к анализу существующих в группе коммуникативных сетей возникает в случаях, когда

---

<sup>17</sup> Джуэлл Л. Индустриально-организационная психология. - СПб., 2001., с. 568.

общение между ее членами становится неэффективным в свете решаемых задач или нарастает негативный эмоциональный фон во взаимоотношениях.

*Лексика и грамматика коммуникации в малой группе.* Когда человек включается в группу, его поведение постепенно приближается к принятым стандартам – от грубого подражания к освоению конвенциональных процедур. Чаще всего те или иные ценности усваиваются благодаря устойчивым эмоциональным реакциям других людей. Установившиеся ориентации используются в социальном взаимодействии, поскольку совместное действие значительно облегчается, если существует взаимопонимание ее символического окружения.

Характерной *лексической (языковой)* особенностью малой группы как формальной, так и неформальной, выступает ее *речевая однородность*. Эта особенность определяется фактором сплоченности, длительностью и регулярностью контактов. Часто в таких группах коммуниканты используют слова, речевые образцы и штампы в шутовском или ироническом тоне, который понятен лишь посвященным.

Другой особенностью речевой коммуникации в малой группе выступает *преобладание оценочных и характеризующих слов*. Это объясняется тем, что в малой группе, где люди объединены общим опытом и интересами, важно не столько название предмета, о котором идет речь, сколько имеют значение его свойства, характеристика и оценка, т.е. новая информация.

Таким образом, члены малой группы обладают общим лексическим опытом; общие слова и построения высказываний выступают своеобразными символами как принадлежности индивида к данной социальной группе, так и присущей данной группе социальной дифференциации. Отсюда одним из дополнительных преимуществ членства в группе является легкость коммуникации с себе подобными (жаргоны, локальный юмор и т.д.).

В какую бы группу ни попал человек, он, прежде всего, должен научиться внутреннему языку новой группы. Причем новичку нужно усвоить не только принятые категории и их символы, но также невысказанные предпосылки относительно того, как эти единицы взаимосвязаны. Научаясь мыслить конвенциональными терминами, человек становится участником символического окружения данной группы. Он ориентируется во времени и пространстве с помощью координат, используемых группой, он думает в тех же выражениях, которые использует в разговоре с другими и которые другие используют в разговоре с ним. Это позволяет сравнивать свой опыт с чужим, уточнять значения, которые неадекватны, и получать инструкции относительно того, что неясно.

Поскольку каждый индивид входит в различные малые группы, то как коммуникативная личность он является «полиглотным» - владеет несколькими коммуникативными кодами и умеет правильно пользоваться ими в каждой конкретной группе. А социально «чужое» слово, не связанное с деятельностью членов данной группы, воспринимается как инородный элемент речи.

Итак, входя в группу, человек неизбежно включается в непрерывный процесс коммуникации, в ходе которого он избирательно вводит в свою систему поведения те шаблоны, которые санкционированы группой. Усваивая конвенциональные значения и символы, новый член группы может достаточно легко становиться участником различных коллективных предприятий. Он научается проводить более тонкие различия, и это позволяет ему принимать участие в более сложных формах кооперации. Каждый коммуникативный канал, который становится ему доступным, вводит его в несколько иное символическое окружение.

*Нормы и правила, т.е. грамматика внутригруппового общения, включают принятые модели поведения, допустимую коммуникативную тактику.*

В частности, следует обратить внимание на гендерное разнообразие коммуникаций. На основе проведенных исследований было установлено, что у представителей разных полов существует свой коммуникативный «мир»: женщины и мужчины склонны к различным образцам общения.

Мужчины склонны делать акцент на властных полномочиях, в то время как женщины уделяют основное внимание доверительным взаимоотношениям. В целом мужчины отличаются прямолинейностью, предъявляют претензии на поощрение при достижении поставленных целей, но в то же время стремятся замаскировать неуверенность. Женщины же в большей степени склонны к открытому общению с помощью обратной связи и при прочих равных условиях предпочитают «обходные маневры».

Принятые в малой группе нормы часто применяются дифференцированно к каждому ее члену. Например, тех, кто считается слабым и неспособным вынести боль или фрустрацию, прощают чаще и охотнее, чем остальных. Если известно, что у человека бурный темперамент, считается само собой разумеющимся, что он может взорваться даже при слабой провокации. Хорошо успевающего школьника классный руководитель хвалит иначе, чем ученика, которому задачка по математике далась с трудом.

Коммуникативные навыки, необходимые для успешного общения в группах, в основном межличностного плана, но есть и такие, которые направлены на сохранение группы и поддержание ее статуса.

Правила коммуникативного поведения в группе включают: 1.) взаимное признание статусов участников общения как коммуникантов и как членов группы; 2.) учет гендерных и иных особенностей моделей общения членов группы; 3.) необходимость уметь «считывать» ключевые коммуникативные сигналы и в зависимости от ситуации корректировать стиль общения; 4.) желательность публичного оценивания достижений других; 5.) умение вовремя разрядить обстановку (шутка, анекдот); 6.) умение выразить согласие с групповыми идеями, действиями и решениями; 7.) умение предложить нужную информацию и идеи группе; 8.) умение оценить предложенные идеи и информацию так, чтобы не обидеть; 9.) призыв к другим высказать свое мнение и дать необходимую информацию;

10.) умение интегрировать различные идеи и информацию; 11.) умение предложить план совместных действий.

*Формирование групповой сплоченности и коммуникация в малой группе.* Коммуникация – прежде всего способ деятельности, который облегчает взаимное приспособление поведения людей. Следовательно, суть коммуникативной деятельности состоит не столько в выражении предшествующих мыслей и чувств, сколько в установлении такой кооперации, когда поведение каждого изменяется и в известной степени регулируется фактом участия других индивидов. Коммуникация – это такой обмен, который обеспечивает кооперативную взаимопомощь, делая возможной координацию движений большой сложности.

*Интегральной характеристикой системы внутригрупповых связей является степень сплоченности, индексом которой может служить частота или степень совпадения мнений, оценок, установок и позиций членов группы по отношению к объектам, наиболее значимым для группы в целом.*

Сплоченность выступает ключевым понятием разработанной К. Левиным теории групповой динамики.<sup>18</sup> Сплоченность определяется им как «тотальное поле сил», заставляющее членов группы оставаться в ней. Группа тем сплоченнее, чем больше она отвечает потребностям людей в эмоционально насыщенных межличностных связях. В сплоченных группах создается атмосфера внимательного отношения и взаимной поддержки, у ее членов формируется чувство групповой идентичности. Сплоченность порождает также эмоциональную привязанность, принятие общих задач, обеспечивает группе стабильность даже в самых фрустрирующих обстоятельствах, способствует выработке общих стандартов, которые делают группу устойчивой несмотря на разнонаправленность индивидуальных устремлений.

Среди изученных к настоящему времени механизмов формирования групповой сплоченности особое место принадлежит *групповому давлению*. В результате его действия происходит подчинение индивида группе в ситуации наличия конфликта между мнением индивида и мнением группы. Такая степень подчинения индивида групповому давлению получила название *конформизма* или конформного поведения. Впервые модель конформного поведения описал в своих экспериментах С. Аш в 1951 г. Обычно выделяют два вида конформизма: 1.) *внешний* – когда мнение группы принимается индивидом лишь «для формы», а на самом деле он продолжает ему сопротивляться; 2.) *внутренний* – когда индивид действительно усваивает мнение большинства. Внутренний конформизм и есть, таким образом, результат преодоления конфликта в пользу группы. В свою очередь внутренний конформизм предполагает две линии поведения: некритическое принятие мнения большинства и сознательное признание личностью норм и стандартов группы.

---

<sup>18</sup> Левин К. Теория поля в социальных науках. - СПб., 2000.

Специфическим случаем конформизма, своеобразной конформностью «наизнанку», выступает *негативизм* – поведение индивида, который противостоит мнению группы даже при оказываемом на него давлении. Однако в этом случае зависимость от группы продолжает сохраняться и проявляется в виде активного продуцирования антигруппового поведения, антигрупповой позиции. Иначе говоря, продолжает сохраняться привязка к групповому мнению, хотя и со знаком минус.

В исследованиях конформности, проводившихся М. Дойчем и Г. Джерардом, были выделены два вида группового влияния: 1.) *нормативное*, когда давление оказывает большинство и его мнение воспринимается членом группы как норма; 2.) *информационное*, когда давление может оказываться меньшинством, член группы рассматривает это мнение как информацию, на основе которой он сам должен осуществить свой выбор.<sup>19</sup>

Нормативный конформизм подразумевает необходимость подчиниться группе, чтобы не быть отвергнутым, сохранить с людьми хорошие отношения или заслужить одобрение. Информационное влияние имеет место, когда ситуация носит двусмысленный характер и мнение окружающих может оказаться ценным источником информации. Любопытно отметить, что после того, как человек согласился с той или иной группой, у него возникает довольно сильная потребность оправдывать выбранное решение.

Таким образом, конформизм проявляется не только в ситуации сильного влияния группы, но и тогда, когда человек чувствует себя некомпетентным и стремится избежать возможных ошибок, когда задание кажется ему чересчур трудным.

Групповая сплоченность с точки зрения процессов коммуникации в малой группе была исследована также Л. Фестингером. Сплоченность анализировалась им на основе данных о частоте и прочности коммуникативных связей, обнаруживаемых в группе. Центральным понятием, с помощью которого осуществлялся анализ, стало понятие *когнитивного диссонанса – осознания индивидом противоположности своих убеждений мнению другого человека или группы.*<sup>20</sup>

По мнению Фестингера, процессы социальной коммуникации и социального влияния неразрывно переплетены с процессами возникновения и устранения когнитивного диссонанса. Для индивида социальная группа является одновременно и главным источником когнитивного диссонанса, и основным средством его уменьшения или даже полного устранения. Так, информация, получаемая в процессе коммуникации, может содержать элементы, диссонирующие со взглядом индивида на какую-либо проблему или ситуацию. Наиболее эффективным путем устранения диссонанса между мнениями индивида и группы является *принятие набора когнитивных элементов, соответствующих точке зрения группы.* Причем диссонанс, вызванный столкновением мнений, зависит от следующих факторов:

---

<sup>19</sup> Майерс Д. Социальная психология. - СПб., 1996., с. 298.

<sup>20</sup> Фестингер Л. Теория когнитивного диссонанса. - СПб., 1999., с. 223-271.

1.) количество когнитивных элементов мнения индивида, совпадающих с противоположным мнением. Чем больше консонантных отношений, т.е. чем больше количество совпадающих когнитивных элементов двух высказываемых мнений, тем меньше вызванный разногласием диссонанс. Таким образом, количественная характеристика определяет, в конечном счете, *степень несогласия*; 2.) важность когнитивных элементов, включаемых в диссонанс. Чем более важным является элемент, тем больше будет диссонанс. Так, чем более значима проблема для отдельного человека или целой группы, тем важнее будут когнитивные элементы, свидетельствующие о существовании иных взглядов на эту проблему, и тем больше будет диссонанс, вызванный выражением несогласия; 3.) авторитет человека или группы, выражающих противоположную точку зрения. Диссонанс становится больше, если противоположное мнение высказывается человеком или группой, признанными авторитетными.

Согласно Фестингеру, если диссонанс существует, присутствует и стремление к его уменьшению, и чем больше диссонанс, тем сильнее стремление его устранить. Обычно там, где существуют разногласия, используются следующие методы, способы выработки единого мнения в группах: 1.) самостоятельное изменение мнения субъекта на более распространенное. Именно распространенность мнения является обязательным условием уменьшения диссонанса; 2.) изменение мнения субъекта через влияние; 3.) утверждение превосходства собственного мнения.

Одновременно Фестингер обращает внимание на возможность использования индивидом процессов социального влияния и коммуникации для уменьшения диссонанса. Человек будет прилагать усилия, чтобы получить одобрение членов группы. Он попытается найти тех, кто придерживается аналогичной точки зрения, или повлиять на мнение других. Причем попытки влияния будут направлены главным образом в адрес тех членов группы, которые проявляют наибольшую степень несогласия, так как чем острее разногласия, тем сильнее диссонанс в сознании индивида.

*Экология и коммуникация в малой группе.* Когда речь идет об экологических, т.е. средовых, аспектах жизнедеятельности группы, прежде всего, подразумевается, что группа располагается в каком-то пространстве, адаптируется к нему, обживает его.

Пространственные расположения членов группы влияют на развитие внутригруппового взаимодействия, в частности коммуникативной его стороны. Так, экспериментальные данные, полученные Р. Соммером, показывают, что существует зависимость между пространственным расположением людей в определенном помещении и их взаимодействием и аттракцией.

Близость расположения влияет на усиление коммуникации, роста аттракции и дружеских отношений. По-видимому, в данном случае сказывается и тот факт, что люди размещаются отнюдь не в случайном порядке. В большинстве ситуаций можно отметить тяготение людей к тем,

кто вызывает симпатию, и стремление дистанцироваться от тех, кто не вызывает желания общаться. Но этого не происходит в группах с сильным директивным руководителем, жестко контролирующим коммуникативные потоки, вследствие чего большая часть информации, если того требует руководитель, адресуется именно соседям.

Экспериментально было выявлено: сидя за столом квадратной или прямоугольной формы, члены группы чаще обменивались информацией с партнерами, находящимися напротив них, нежели с соседями. На основании этих данных был сделан важный в практическом плане вывод о целесообразности размещения участников групповой дискуссии за небольшим круглым столом с целью обеспечения равномерной коммуникации.

Выбор членами группы того или иного местоположения в групповом пространстве обнаруживает определенную взаимосвязь пространственной позиции со статусом владельца. К примеру, позиция на пересечении внутригрупповых коммуникаций дает её обладателю возможность контролировать групповые процессы, следовательно, возможность повысить свой статус, стать лидером.

Средовые характеристики, безусловно, не ограничиваются только пространственным расположением членов группы в обычном помещении.

Исследования в этом направлении ориентированы также на изучение «экзотических» групп, находящихся в экстремальных условиях – в изоляции при ограниченности перемещения, высоких нагрузках, в том числе стрессовых.

Ориентация исследователей на столь специфическую среду, скорее всего, связана с особой сложностью и важностью задач, решаемых группами, скажем, командой альпинистов или подводной лодки, космического корабля и т.п. К тому же необычная обстановка нередко способствует более яркому выражению тех или иных групповых явлений. Поэтому значение данных исследований выходит за рамки решения только практических задач.

Обобщая результаты исследований, можно с уверенностью утверждать, что причины многих проблем, с которыми сталкиваются группы, находящиеся в экстремальной ситуации, связаны с осложнениями в процессе коммуникации. В частности исследователями отмечаются в качестве причин, возникающих внутри группы конфликтов, неэффективность взаимодействия, различия в оценке собственного вклада в общую деятельность и вклада других. Еще одна причина обусловлена особенностями взаимодействия с другими группами или отдельными людьми. Довольно часто сложившаяся и существующая автономно группа негативно воспринимает присоединение новых людей, оценивая это как вторжение в сформировавшуюся в данной группе коммуникативную сеть.

В любой малой группе существует также превалирующая «эмоциональная атмосфера», от которой часто зависят самочувствие членов группы и их поступки. Соответственно действия, согласующиеся с превалирующим настроением, в значительной степени облегчаются.

Итак, средовые факторы оказываются важным элементом анализа, поскольку нельзя дать адекватную интерпретацию коммуникативных процессов в группе, не принимая во внимание конкретных условий их протекания.

*Прагматика коммуникации в малой группе.* Последняя четверть XX в. характеризовалась усилением интереса к прикладным исследованиям малой группы, прежде всего в сфере бизнеса и индустриального производства, семьи, группового тренинга и терапии. В полной мере это утверждение справедливо и в отношении изучения коммуникативных процессов в конкретных видах малых групп.

*Семья как коммуникативная система.* Семья является разновидностью малой группы, в которой теснейшим образом переплетены элементы внутриорганизационного взаимодействия (члены семьи выполняют соответствующие социальные роли и функциональные обязанности и т.д.) и неформальных отношений (причем как с позитивным знаком в виде проявления тепла, ласки, интимности, так и с негативным знаком, например в форме физической агрессии относительно детей).

Переломным моментом в исследовании семьи стало возникновение представлений о ней как о системе. Системный подход к семье означает признание, что все в ней взаимосвязано, *что семья есть единое целое, единый биологический и социально-психологический организм.* Одновременно исследователи семьи характеризуют ее и как *основную социокультурную единицу, посредством которой из поколения в поколение передаются традиции, обычаи, привычки и отношения.* При этом исследуются: subsystemы семьи – прежде всего отношения между супругами, родителями и детьми, сиблингами (братьями и сестрами); жизненные циклы семьи; семья как полная система; взаимодействие семьи как группы с другими группами.

Семья при системном подходе рассматривается как аккумулярованный результат поведения всех ее членов. Это означает, что существуют такие характеристики системы, которые превышают качества индивидуальных членов. Поведение каждого индивида внутри семьи связано и зависит от поведения всех остальных. Все поведение является коммуникацией и, следовательно, влияет на поведение других или находится под их влиянием.

Любую семейную систему можно описать следующими параметрами.

1.) *Семейные правила.* В основе поведения в семье лежат определенные устойчивые образцы. Большинство из них не осознаются членами семьи, но мы их можем выявить, наблюдая за реальным поведением членов семьи, за тем, как они обсуждают что-либо, принимают совместные решения и т.д. Правила бывают культурно заданными, и тогда они разделяются многими семьями, а бывают уникальными для каждой отдельной семьи. 2.) *Семейные последовательности.* Последовательность правил может иметь форму «цепочки», когда устойчивое поведение одного члена семьи вызывает столь же устойчивое поведение второго, на которое реагирует третий и т.д. Например, исходным пунктом выявления последовательности стала жалоба матери на ее проблемы с сыном. Исследование подтвердило предположение,

что поведение матери можно объяснить, прежде всего, ее взаимоотношениями с отцом ребенка. Так, если она вела себя с сыном компетентно, то отец «уходил в сторону», а если она оказывалась беспомощной, то проявлял большую активность. Таким образом, «беспомощность матери» оказалась психологическим способом поддержки мужа. 3.) *Семейные мифы*. Семейные правила составляют основу мифов. Миф – это сложное семейное знание. Оно обычно актуализируется, когда посторонний человек входит в семью, когда происходят какие-то значимые перемены либо семья переживает ситуацию дисфункции. Отмечается, что в дисфункциональной семье миф ближе к поверхности, чем в функциональной. *Суть мифа заключается в разделяемом членами семьи представлении о том, какие мы*: «мы – дружная семья», «мы – семья героев» и т.п. Миф может формироваться в течение нескольких поколений. Знание семейной мифологии часто позволяет понять на первый взгляд немотивированные поступки членов семейной системы. Семейный миф функционален и в силу этого необходим. Особенно повышается его значение в ситуациях, когда условием выживания семьи как системы выступает ее единство.

Однако в ряде случаев миф становится дисфункциональным. Это происходит, когда чрезмерное единение мешает выходу семьи или отдельным ее членам на новый этап развития. Так, в семье, где царит миф «мы – дружная семья», всегда возникают трудности с отделением взрослых детей от родителей. Кроме того, людям, вышедшим из семей, имеющих разную мифологию, редко удается создать собственную семью. Человек-бунтарь не выживет в семье с мифом о том, что «мы – очень порядочные», «все должно быть прилично». 4.) *Семейная история*. Есть определенные закономерности, которые почти всегда воспроизводятся в поколениях, например, определенные стереотипы поведения во взаимоотношениях с родителями, брачного поведения и т.д. Исследование семейной истории позволяет узнать эти повторяющиеся в поколениях особенности.

Как и любая другая система, семейная система функционирует в соответствии с законом гомеостаза. *Закон гомеостаза проявляется в стремлении системы сохранить свое положение*, каким бы оно не было. Это верно по отношению как к функциональным семьям, так и дисфункциональным.

Отмечается, к примеру, что изменения в лучшую или худшую сторону состояния того члена семьи, который определяется как пациент, обычно оказывают воздействие на других членов семьи, особенно в том, что касается их психического, социального и даже физического здоровья. Так, известен факт резких изменений в семьях психиатрических пациентов (депрессии, психосоматические нарушения и т.п.) в ответ на улучшение состояния пациента. Сторонники коммуникационного подхода объясняют данное явление прежде всего через понятие «семейного гомеостаза», а формы поведения, вызывающие подобного рода изменения, рассматриваются как «гомеостатические механизмы», действие которых направлено на возвращение системы в состояние хрупкого равновесия.

Таким образом, многие индивидуальные характеристики членов семьи, особенно симптоматическое поведение, являются в действительности свойствами системы. Нарушенные семьи особенно устойчивы к изменениям и часто демонстрируют удивительную способность сохранять status quo, используя преимущественно отрицательную обратную связь. Вводимая в семейную систему информация (действия членов семьи или окружения) обрабатывается и определенным образом изменяется системой. Отсюда необходимо рассматривать не только вводимую информацию, но и природу системы и механизмы ее обратной связи.

*Технология принятия группового решения.* Сразу следует оговориться, что групповое решение не является универсальным способом разрешения каких-либо проблем. Групповое принятие решений может оказаться неприемлемым в случае, когда требуется найти быстрое решение. На выработку решения группой требуется больше времени, чем на принятие решения отдельным лицом, так как групповой подход предполагает взаимные контакты и по возможности нахождение консенсуса по принимаемым решениям.

Влияние типа задачи или формы организации (модели) совместной деятельности, на групповой процесс выявлено в цикле исследований, проведенных Л.И. Уманским с сотрудниками в естественных группах. Оказалось, например, что по мере организации совместной деятельности, т.е. при переходе ее от совместно индивидуальной модели (каждый член группы отдельно от других выполняет свою часть общей задачи) к совместно взаимодействующей модели (каждый член группы выполняет свою часть задачи во взаимосвязи с другими), возрастают положительные проявления межличностного общения, выражаемые позитивными речевыми реакциями партнеров, кооперативными действиями членов группы, растущим чувством причастности к общему делу.<sup>21</sup>

Основным потенциальным преимуществом группы при принятии решений выступают индивидуальные различия членов группы, но они могут стать балластом, если групповые процессы не позволят их использовать. Первым условием, необходимым для того, чтобы различные мнения были услышаны и приняты во внимание в процессе принятия решений, является организация группы на принципах сотрудничества. Другими словами, в какой-то момент времени общая цель должна стать более важной, чем индивидуальные цели.

Лидеры, формальные или неформальные, играют важную роль в любой группе, принимающей решения. Многочисленные исследования показывают следующее: чтобы члены группы предлагали и оценивали идеи, лидер группы должен предпринимать определенные шаги к этому (активное поощрение свободного высказывания идей, требования, чтобы было услышано мнение меньшинства, и препятствование преждевременной оценке

---

<sup>21</sup> Кричевский Р.Л., Дубовская Е.М. Социальная психология малой группы. - М., 2001., с. 213.

идей); в противном случае групповое решение скорее отразит вариант, которому отдает предпочтение лидер, нежели учет мнение группы в целом.

Способность лидера группы оказывать влияние на коммуникативные связи в группе не сводится исключительно к инициированию активности членов группы. Определенную роль играет, например, численность группы: чем многочисленнее группа, тем сложнее управлять коммуникативным процессом. Вероятность того, что в обсуждении смогут принимать участие все члены группы, уменьшается, а шансы, что в дискуссии будет доминировать небольшое число людей, возрастают. Вероятность того, что появятся фракции, преследующие различные цели, также возрастает с увеличением численности группы, особенно если членов группы четное число.

Процесс принятия группового решения включает четыре фазы: установление фактов, оценка фактов, поиск решений, принятие решений.

Первая фаза после постановки проблемы связана со сбором данных. В этот период следует воздерживаться от оценок, а основное внимание сосредоточить на максимальной объективности информации.

Вторая фаза носит оценочный характер. Члены группы на этом этапе должны иметь возможность высказать все, что они думают о собранных данных. Главное здесь – зафиксировать имеющиеся оценки, причем не индивидуальные позиции как таковые, а мнения людей как членов данной группы.

Третья фаза, ее иногда еще называют «квазибрейнсторминг», имеет целью выработку различных вариантов решений. На данном этапе от группы требуется продемонстрировать свои способности к воображению. Одним из критериев эффективности прохождения данной фазы выступает отсутствие или минимальное количество случаев игнорирования высказанных мнений и отказов защищать свое мнение.

Четвертая фаза – фаза принятия решения, когда предложенные решения сопоставляются с диагнозом, поставленным на втором этапе. Окончательное решение принимается на основе анализа достоинств и недостатков предложенных вариантов, их выбраковки, объединения нескольких в одно, выработки «третьих» путей.

Недостатком группового принятия решения является то, что группы могут выработать всех устраивающее, а не оптимальное решение проблемы. Причины этого заложены в самом подходе, когда решение проблем находится в процессе группового обсуждения, естественно, стремящегося к усредненной точке зрения и исключению крайних, в том числе, возможно, оптимальных вариантов решения. Данная тенденция получила название *группового мышления*, или эффекта выравнивания. В отсутствие противодействия она обуславливает существенное снижение качества конечного результата обсуждения. Симптомами группового мышления могут выступать стереотипность мышления, иллюзия соблюдения этических норм, иллюзия собственной непогрешимости и неуязвимости группы, давление на противников, ставка исключительно на единодушие.

Таким образом, консенсус, понимаемый как единодушное решение, не всегда является обязательным условием эффективного группового решения. Более разумным представляется требование ответственного подхода к сбору, анализу и обсуждению исходных данных, что позволяет достичь общего уровня понимания проблемы. Только в этом случае можно ожидать, что не согласные с мнением большинства члены группы получают основания в дальнейшем поддержать принятое решение. Это обстоятельство особенно важно подчеркнуть в связи с проблемой разделения ответственности, поскольку групповые решения действительно ослабляют чувство личной ответственности, особенно в ситуации, когда человек может сказать: «Почему я должен это делать? Ведь я был против!».

Как показывает практика, наиболее эффективным профилактическим средством борьбы с групповым мышлением может стать внедрение в группу «адвоката дьявола», в обязанности которого входила бы конструктивная критика предлагаемых идей.

Хорошо зарекомендовали себя также такие методы, как вовлечение в группу новых членов, приглашение «зрителей», принятие окончательного решения только после того, как участники группы получили достаточное время для его анализа.

Еще одним феноменом, возникающим в процессе группового обсуждения, выступает так называемая *групповая поляризация* – доведение изначальных установок членов группы до неких экстремальных форм (особенно в случае агрессивной конфронтации). Принято считать, что установки членов группы могут поляризоваться в любом направлении – в сторону риска или консерватизма. Однако ряд исследователей придерживается мнения о существовании тенденции к преобладанию сдвига в сторону рискованных решений, иначе говоря, человек в ситуации группового взаимодействия больше склонен к «экспериментам», чем если бы решение принималось индивидуально. Окончательный результат определяется тем, насколько группа прогрессивна сама по себе: по составу, нормам, ценностным ориентациям. Так, группа, в которой культивируются дух изобретательства и оригинальности, в силу этого обстоятельства больше стремится к новаторскому коллективному решению.

Наконец, в современных условиях система поддержки групповых решений (это особенно важно для формальных групп) предусматривает использование компьютерных технологий, дающих возможность благодаря наглядности, быстрой обработке поступающих предложений, оперативной связи с отсутствующими членами группы преодолеть коммуникативные барьеры, структурировать процесс решений и управлять групповыми дискуссиями.

*Особенности коммуникации в психокоррекционных (тренинговых) группах. Психокоррекционными группами обычно называют небольшие специализированные объединения людей, регулярно проводящие встречи в течение определенного времени. Основная задача таких групп – взаимное раскрытие, получение информации о собственной личности и возможностях*

*совершенствования в плане развития навыков социального взаимодействия и преодоления эмоциональных нарушений.*

Психокоррекционные или тренинговые группы не являются моделью какой-либо разновидности естественных групп. Скорее они символизируют созданную психологами некую искусственную реальность, приносящую конкретную практическую пользу.

Такие группы возглавляет специально назначенный руководитель, выполняющий обычно следующие ролевые функции: эксперта (специалиста, комментатора), катализатора, аранжировщика (помощь в тупиковых ситуациях), образцового участника (в зависимости от формы работы с группой может занимать позицию, как активного участника группы, так и аутсайдера), но, пожалуй, важнейшая функция руководителя состоит в организации коммуникативного пространства группы.

Психокоррекционные группы обычно подразделяют на четыре категории: группы организационного развития (решения проблем); группы обучения руководителей и развития межличностных навыков; группы личностного роста; терапевтические группы.

Преимущества групповой формы работы определяются, прежде всего, спецификой места, которое занимает малая группа в социуме: с одной стороны, межличностное взаимодействие, а, с другой, – группа в известной степени выступает миниатюрной моделью общества. Поэтому опыт, приобретенный в специально созданной среде, зачастую может успешно использоваться и во внешнем мире.

Важное значение для понимания ролей, которые играют в группе ее члены (и руководитель), имеет анализ процесса взаимодействия, широко применяемый для исследования групп в лабораторных условиях и для изучения реальных психотерапевтических групп. Наблюдения за вербальной и невербальной коммуникацией в психокоррекционных группах выявили два типа функций поведения, которые необходимы для успешного существования группы: функции решения задач и функции оказания поддержки.

*Функции решения задач* представлены процессами, служащими средством достижения определенных целей. На такое достижение они и мобилизуют группу. Соответствующие способы поведения включают, например, внесение и принятие предложений, мнений или сведений.

Функции оказания поддержки связаны с эмоциональным и социальным климатом в группе. Они способствуют возникновению чувства взаимной приязни членов группы и их сплоченности, что облегчает достижение групповых целей.

Поведение членов группы, занятых решением конкретной задачи или оказанием поддержки, может либо способствовать развитию группы, либо затруднять его. Например, проявление чрезмерной зависимости представляет собой негативную форму поведения. Зависимый член группы будет постоянно спрашивать совета у руководителя и партнеров, вместо того, чтобы вырабатывать собственную позицию. Проявление чрезмерного

напряжения – также форма негативного поведения, поскольку затрудняет общение. В ходе групповой работы функции решения задач и оказания поддержки постоянно переплетаются. Достижение цели может повлиять на мнения членов группы друг о друге, а чувство зависти или желание командовать способны затормозить решение даже самой простой задачи.

Для эффективной групповой работы требуется определенный баланс позитивных способов поведения, связанных как с оказанием поддержки, так и с решением стоящих перед ней задач. Когда группа трудится над достижением цели, кто-либо в ней может взять на себя функцию оказания поддержки, чтобы разрядить напряженность, и, наоборот, когда группа развлекается, кто-нибудь может напомнить о деле. Чем большую гибкость проявят члены группы, играя каждый свою роль, тем больше группа преуспеет в достижении конечной цели.

В типичном случае одни члены группы берут на себя исполнение той или иной роли, важной для решения стоящих перед группой задач, а другие берут на себя ответственность за поддержание гармоничных взаимоотношений. Лидеры по части эмоциональных и социальных отношений обычно становятся в группе любимцами. В большинстве психокоррекционных групп именно социальные и эмоциональные аспекты являются главными, поэтому внимание к чувствам и отношениям способствует достижению групповых целей. Анализируя поведение членов группы, можно составить следующий список ролей, задействованных в групповой динамике.

Решение задач: *инициатор* – предлагает новые идеи и подходы к проблемам и целям группы, предлагает способы преодоления трудностей и решения задач; *разработчик* – детально прорабатывает идеи и предложения, выдвинутые другими членами группы; *координатор* – комбинирует идеи и предложения и пытается координировать деятельность других членов группы; *контролер* – направляет группу к ее целям, подводит итог того, что в ней уже произошло, и выявляет отклонения от намеченного курса; *оценщик* – критически оценивает работу группы и предложения других, сравнивая их с существующими стандартами выполнения поставленной задачи; *погонщик* – стимулирует группу и подталкивает ее членов к действиям, к новым решениям и к тому, чтобы сделать больше уже сделанного.

Оказание поддержки: *вдохновитель* – поддерживает начинания других, выказывает понимание чужих идей и мнений; *гармонизатор* – служит посредником в ситуациях, когда между членами группы возникают разногласия и сохраняет в группе гармонию; *примиритель* – поступает в чем-то своим мнением, чтобы привести в соответствие мнения других и поддерживает в группе гармонию; *диспетчер* – создает возможности для общения, побуждая к нему других членов группы и, помогая им, регулирует процессы общения; *нормировщик* – формулирует или применяет стандарты для оценки происходящих в группе процессов; *ведомый* – пассивно следует за группой, выступает в роли зрителя и слушателя в групповых дискуссиях и при принятии решений.

Разумеется, нормы есть в любой группе. Иногда официально принятые и сложившиеся сами собой нормы не совпадают. Например, члены группы, созданной для решения какой-либо проблемы, внешне ратуя за сотрудничество и обмен идеями, на самом деле могут соперничать и подсиживать друг друга. Нормы помогают решать, надо ли выражать свои чувства, как делать это к месту, до какой степени может доходить участие к другим, надо ли в отношениях с ними руководствоваться их личными качествами или их статусом. Обычно стандартом становится поощрение проявлений эмоциональной открытости и душевного тепла. В группе, ориентированной на решение конкретной задачи, вся работа может быть дезорганизована нарушителями установленных норм.

Нормы поведения должны соответствовать целям группы. Соблюдение этих норм способствует установлению честных и откровенных отношений между членами группы. Стиль реализации этой обратной связи может быть разным: в некоторых группах принято высказывать замечания в мягкой и позитивной форме, в других поддерживается установка на резкую конфронтацию. Кроме того, нормы могут меняться по мере развития группы. Например, высокий уровень самораскрытия поначалу может вызвать неудобство у тех, кто только-только стал ощущать себя членом группы, но в дальнейшем такое поведение может стать для них совершенно естественным.

Возможность установить облегчающие коммуникацию нормы общения часто бывает ограничена личными нуждами и заботами. Скрытые цели и намерения, оборонительные реакции членов группы, обусловленные чувством необходимости защитить себя от беспокойства, замешательства или возможной грубости, могут прийти в противоречие с целями группы. Большинство членов группы заботится о своем имидже, и каждый выбирает себе роль, которая помогла бы его сохранить. Желание стать полноценным членом группы может повлиять на готовность индивида к интеллектуальному или эмоциональному риску. Вспомогательные цели группы при их успешном достижении могут заложить основу для дальнейшего развития эффективных коммуникативных норм.

В группах могут возникать своеобразные содружества или подгруппы, даже если руководитель этого не поощряет. Если такие подгруппы способствуют достижению целей группы, они могут оказаться полезными. Например, два психологически зажатых участника могут поддержать друг друга путем взаимного ободрения, а поначалу могут служить друг для друга защитой от давления, вынуждающего их делать то, к чему они еще не готовы.

Дружба обычно возникает между теми, кто имеет одинаковые ценностные установки или жизненный опыт. Образующиеся при этом подгруппы могут в большей степени, чем группа в целом, устраивать тех, кто в них допущен, и вооружать их чувством защищенности и превосходства. При повышенной потребности в близости, зависимости или доминировании играть свою излюбленную роль во всей группе трудно, но зато можно преуспеть в рамках подгруппы. Дружеские связи могут тормозить

коммуникативные процессы в группе из-за возникающей путаницы во взаимоотношениях и боязни разгласить конфиденциальную информацию. Союзники склонны во всем соглашаться между собой, они то и дело обмениваются понимающими взглядами, вступаются друг за друга. В таких условиях открытое выражение чувств подавляется, нормы терапевтического общения не соблюдаются, а изменение и развитие личности встречает сопротивление. Те, кто не допущен в подгруппу, чувствуют себя в некотором роде аутсайдерами, и сплоченности всей группы тем самым наносится урон.

Не каждый член группы неукоснительно соблюдает все установленные в ней нормы. Их соблюдение зависит от целого ряда обстоятельств, например, от группового статуса участника. Члены группы с низким статусом чаще игнорируют нормы; показатели соблюдения норм членами группы со средним статусом обычно высокие. При стремлении к повышению статуса наблюдается склонность придерживаться норм, пока лидирующее положение в группе не достигнуто, после чего отклонения от менее важных правил уже не корректируются группой с помощью отрицательной обратной связи. Иными словами, особо ценимые члены группы получают своего рода «право на эксцентричность», которое позволяет действовать им без оглядки на второстепенные групповые нормы. Конечно, определенная степень соблюдения правил необходима, чтобы поддерживать в группе порядок и направлять происходящие в группе взаимодействия.

Наибольшая готовность к принятию групповых норм проявляется в сплоченных и гармоничных группах. В таких группах участники общаются между собой интенсивнее, чем в менее сплоченных, они больше открыты для взаимных влияний, более активны в дискуссиях, легче переносят проявления враждебности, уход участников из группы, дольше остаются сами в группе, тревожность у них снижается по ходу занятий в значительно большей степени.

Отрицательной стороной чрезмерно сплоченной группы выступает возможное снижение общего уровня критичности, наивный оптимизм в принятии решений, а также явление, получившее название «огруппление мышления». Эта тенденция может оказывать неблагоприятное воздействие на процесс коллективного решения проблем из-за склонности членов группы быстро сходить в мнениях и из-за их готовности соглашаться друг с другом, не считаясь с возможностью ошибки.

Большой привлекательности психокоррекционной группы будет способствовать комплекс подготовительных мероприятий, в частности позитивное описание ожидаемых результатов от приобретаемого в группе опыта, предварительное собеседование, ориентированное на знакомство с особенностями группового поведения. Поэтому желательно с самого начала установить нормы и стандарты поведения, которые в дальнейшем будет уже непросто изменить.

## СОДЕРЖАНИЕ

Тема 1. Предмет, объект и методы теории коммуникации.....	4
Тема 2. Исторические вехи возникновения и основные этапы развития теории коммуникации.....	11
Тема 3. Коммуникативные процессы.....	40
Тема 4. Вербальная коммуникация.....	71
Тема 5. Межличностная коммуникация.....	100
Тема 6. Коммуникация в малых группах.....	127