

Лекция 1-2. Тема: Теория коммуникации в системе наук.

ПЛАН

1. Теория коммуникации в современном мире.
2. Объект и предмет теории коммуникации.
3. Междисциплинарный характер теории коммуникации.
4. Классификация и модели коммуникаций.
5. Функции теории коммуникации.

1. Теория коммуникации в современном мире.

Существование человечества немыслимо вне коммуникативной деятельности. **Коммуникация** — (лат. *communicatio* от *communicare* – **делать общим, связывать; путь сообщения, форма связи**) принятый в исследованиях *термин*, близкий понятию общение. О различиях мы поговорим позже). Независимо от пола, возраста, образования, социального положения, территориальной и национальной принадлежности и многих других данных, характеризующих человеческую личность, мы постоянно запрашиваем, передаем и храним информацию, т.е. активно занимаемся коммуникативной деятельностью.

Коммуникация в рамках философии стала изучаться давно, не выделившись в отдельную дисциплину. В современном обществе, где огромную роль играет информация, масс-медиа, технические средства передачи информации, появляются науки, изучающие коммуникацию: теория коммуникации, социология массовой коммуникации, социология масс-медиа, основы межкультурной коммуникации, пиарология и рекламоведение, коммуникационный менеджмент и др. Их появление вызвано объективными факторами и закономерностями, происходящими не только в средствах связи и информационно-коммуникационных технологиях (ИКТ), но и в практике масс-медиа, пиарологии и рекламы, а также в социогуманитарных и технических науках. Сегодня во многих зарубежных университетах существуют отделения и факультеты коммуникации.

Если для российской системы образования теория коммуникации — сравнительно новая учебная и научная дисциплина, то за рубежом, особенно в университетах Европы и США, уже сложилась определенная традиция ее преподавания. Здесь в качестве самостоятельной академической дисциплины эта область научного знания сформировалась в середине XX в. и стала развиваться столь же быстрыми темпами, как и вызвавшая ее к жизни электронно-коммуникативная революция. В течение нескольких десятилетий в США и ряде других стран читаются курсы по теории коммуникации, сложился круг авторитетных специалистов и школ, издается большое количество учебной и научной литературы.

Так в американских университетах с конца 30-х годов прошлого века читаются существуют специализации и присваиваются степени по специальностям “communications”, “communications management”, “communications studies”, “mass communications” и т. д. В США издается более двух десятков научных журналов, посвященных коммуникации, таких как, например, “Communication Research”, “Communication Abstracts”, “Management Communication Quarterly”, “Written Communication”, “Human Communication Research” и др. Первая кафедра по общим проблемам развития коммуникаций была открыта в США более полувека назад. В настоящее время кафедры по различным сферам коммуникологии существуют практически во всех ведущих американских и европейских университетах.

В то время как «коммуникационная наука» развивалась в Европе, в Советском Союзе она оказалась в числе репрессированных идеологическими органами научных дисциплин. В «Философском словаре», изданном Политиздатом в 1986 г., говорится «Коммуникация – категория идеалистической философии, обозначающая общение, при помощи которого «Я» обнаруживает себя в другом... Доктрина коммуникации в целом – утонченная форма кастовых и корпоративных связей. Объективно учение о коммуникации противопоставляется марксистскому пониманию коллектива».

В современных условиях и на территории бывшего СССР резко изменилось отношение к коммуникации. В обществе жесткой иерархии, каким был Советский Союз, главенствовала **монологическая** коммуникация. Как и в средние века, когда основным было цитатное слово (тогда — Библия, позже — марксистско-ленинское учение), главным становится приближенность к источнику правильной мысли. При допуске **диалогичности**, многоголосия, права на истину, которое зависит не только от иерархического уровня начальственного кресла, ситуация резко меняется.

В этой новой ситуации коммуникация становится объектом исследования, поскольку от уровня нашего знания этих процессов зависят наши результаты. Перед обществом возникает **новая задача** — как объединить в единые типы поведения социальные группы с автономным поведением, как достичь **консенсуса** (ведь не случайно данный термин стал излюбленным в речи политиков постсоветского времени). Система **иерархической коммуникации**, где главным компонентом был приказ, стала меняться на систему **демократической коммуникации**, где основой становится **убеждение**.

Итак, перед обществом стоят задачи не только новые, но и достаточно сложные. Они предполагают гораздо больший объем интеллектуальности в управлении. В прошлом, когда система была **репрессивно-коммуникативной**, достаточно было опереться на **внешнее принуждение**. Сегодня таким принуждением может быть только **внутреннее желание, собственное решение** данного индивидуума. Система только призвана помочь ему обнаружить это желание. Без достаточно сильных научных оснований это невозможно сделать. Не только пропаганда, но и реклама, паблик рилейшнз, переговоры, “спичрайтерство” и множество других направлений внезапно ощутили отсутствие “поддерживающих” их дисциплин. **Такой объединяющей дисциплиной и является “теория коммуникации”.**

Так как теория коммуникации - сравнительно молодая наука, у современных ученых пока нет единой точки зрения относительно ее научного статуса, объекта и предмета, места в системе современного социогуманитарного знания. Коммуникация - явление **универсальное**, а ее содержание и формы попадают в поле зрения многих наук социально-гуманитарного, естественно-научного и научно-технического циклов. Она выполняет важную роль **связующего звена** между отдельно взятыми явлениями и процессами, объединяющего их в единую и стройную информационную систему. С социокультурной точки зрения прогрессивное развитие и сама эволюция человека как вида была бы невозможна без коммуникации. Обмениваясь информацией, партнеры по общению коммуницируют друг с другом, не только передавая и принимая знания, мнения, идеи, чувства и настроение, но и влияя на поведение друг друга, осуществляя взаимное манипулирование. Универсальным средством коммуникации является **человеческая речь**. Она, как мы знаем, бывает **устная и**

письменная и состоит из набора системных кодов и шифров различных видов, с помощью которых люди - участники совместной деятельности - обмениваются **информацией**.

Особенно заметный рост исследовательского интереса к проблемам коммуникации и информации стал наблюдаться во второй половине XX в. Вызван он был в первую очередь бурным развитием **кибернетики**, математической теории коммуникации и современных электронных систем связи. С появлением работ Н. Винера, К. Шеннона, У.Р. Эшби, наших отечественных ученых А.И. Берга, А.Н. Колмогорова и других термины «коммуникация», «информация», «информационный обмен» получили широкое распространение в самых разных отраслях науки и стали едва ли не самыми многозначными. К началу 1960-х гг. только в зарубежной философской и социологической литературе насчитывалось около сотни определений коммуникации. Сегодня таких определений существует на порядок больше.

В последние годы появились кафедры социологии коммуникации, межкультурных коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и др. в российских вузах.

В России ведется подготовка специалистов для работы в различных коммуникативных сферах (специалист по связям с общественностью, специалист по рекламе, специалист по межкультурным коммуникациям и др.).

Необходимость изучения человеческой коммуникации обусловлена ее значимостью в жизни человека и общества.

Фундаментальную значимость социальной коммуникации для человеческой цивилизации можно представить в следующих тезисах:

1. в процессе антропогенеза коммуникационная деятельность была решающей предпосылкой и питательной почвой для образования человеческого **сознания и языка**;

2. коммуникация – **способ формирования человеческой личности**, поскольку только в процессе взаимодействия с другими людьми происходит социализация индивида и развитие его способностей;

3. коммуникационная потребность – **органическая (абсолютная) духовная потребность человека**; изоляция от общества приводит к неизлечимым психическим травмам;

4. коммуникация – фактор и **условие существования** любых **человеческих общностей** – от малых социальных групп до наций и государств;

5. коммуникационная деятельность – источник, средство поддержания и использования **социальной памяти**, аккумулирующей культурный и исторический **опыт** социальных субъектов.

Главный редактор Международной Энциклопедии по коммуникации Э. Барнум, констатируя **«коммуникационную революцию**, происходящую в индустриальных странах», пишет: «Становится очевидным центральное положение коммуникации в человеческой истории, что и объясняет, почему такие различные дисциплины, как антропология, искусствоведение, педагогика, история, журналистика, право, лингвистика, философия, политические науки, психология и социология стремятся к объяснению процесса коммуникации, сотрудничают в создании новой дисциплины», которая именуется теорией коммуникации. **Задача** этой дисциплины, по Э. Барнуму, состоит в том, чтобы **выявить «все пути**, по которым информация, идеи и установки распространяются среди индивидов, групп, наций и поколений».

Сущность и структура универсума социальной коммуникации должна представлять собой **обобщение знания**, добытого антропологией, искусствознанием, педагогикой, историей и т. д. Такое обобщение, т. е. получение нового знания путем критического анализа, сопоставления, оценки, систематизации частных фактов и концепций, свойственно не теории, а **метатеории**, или обобщающей теории. Метатеория социальной коммуникации представляет собой **межнаучную обобщающую теорию**, формирующуюся на основе («мета-» – после) различных наук, которые изучают те или иные грани (аспекты, проблемы) социальных коммуникаций.

2. Объект и предмет теории коммуникации. Вопрос об объекте и предмете теории коммуникации, как уже отмечалось, дискуссионен. В его решении более или менее отчетливо обозначаются два подхода.

Первый подход («суммативный») к определению предмета теории коммуникации как **совокупности коммуникативных объектов и процессов** и соответствующем комплексе знаний, отражает ситуацию, когда нет одной теории коммуникации, но есть **много теорий коммуникаций**. У такого подхода есть свои достоинства: предметное поле теории с появлением новых знаний всегда можно расширить; возникает представление о целостном, всестороннем освоении изучаемого объекта с привлечением данных разных наук. Но при этом может быть поставлено под вопрос само существование теории коммуникации как самостоятельной дисциплины, отличной от детального исследования разных сторон коммуникации в рамках других наук, а предмет исследования попросту заменяется 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 ряду прочих объектов**, как, например, философия, психология, социология и пр., а как **единственный и основной объект**. Такая теория рассматривает **коммуникацию как многомерную систему**, выявляя в ней имманентные, присущие любой ее форме, механизмы, устойчивые связи и отношения. В этом смысле теория коммуникации со своими обобщающими положениями, объясняющими устойчивые и необходимые внутренние механизмы коммуникации, **охватывает все виды коммуникации**, все объекты и процессы (социальные, биологические, технологические), и как общая теория коммуникации она аккумулирует и интегрирует результаты, полученные с помощью теоретического арсенала других наук.

Между тем эти подходы к определению предмета теории коммуникации **не противоречат, а, наоборот, дополняют друг друга**. Таким образом, в самом широком смысле **теория коммуникации включает в себя все коммуникативное знание**, представляя собой **комплекс дисциплин**, изучающих коммуникацию наряду со своим основным предметом, тогда как в более строгом значении теория коммуникации (или общая теория коммуникации) связана лишь с универсальными механизмами и закономерностями информационного обмена.

Имея общий **объект** — информационный обмен между системами самого разного типа (биологическими, социальными, техническими), каждая из перечисленных теорий вычленяет в этом объекте свой **предмет**, соответствующий ее целям и задачам.

На статус метатеории, соответствующей предельному (философскому) уровню обобщения может претендовать *общая теория коммуникации - теоретический синтез не только социально-коммуникационных, но и естественно-научных и научно-технических знаний. Ее предметом является всеобщее в природных, социальных и технических системах коммуникационных связей.* Это наиболее **абстрактная теория** отличается от конкретных степенью общности законов и категорий. Такая теория должна оперировать самыми **общими понятиями**: «коммуникация», «информация», «информационный обмен», «коммуникативное пространство» и др., рассматривать **универсальный механизм информационного обмена** и разрабатывать универсальную модель коммуникационного процесса, определять его необходимые элементы, выявлять всеобщие закономерности коммуникационных процессов в различных областях действительности.

Следующий, более **конкретный, уровень** составляет **общая теория социальной коммуникации**, обеспечивающая межнаучный синтез и обобщение знаний о социальной коммуникации. Ее **предметом** являются **законы социальной коммуникации**, универсальные средства и механизмы информационного обмена в обществе, обеспечивающие существование и развитие человеческих отношений, включающие в себя «все мыслительные символы, средства их передачи в пространстве и сохранения во времени» (Ч. Кули). В основании общей теории социальной коммуникации лежит **частно-научное знание**, а ее продуктом выступают категории, принципы и закономерности, распространяющиеся на все более частные социально-коммуникационные науки.

Надо подчеркнуть, что под социальной коммуникацией понимается коммуникация в **узком смысле** или «социокоммуникация», используемая в ряде авторитетных работ по теории коммуникации на русском языке.

Следует отметить, что сам термин «социальная коммуникация» некоторым авторам не представляется удачным (Д.П. Гавра). Это связано со сложностью и **неоднозначностью категории «социальное»**. В социологии социальное понимается в широком и узком значениях. Социальное взаимодействие в широком смысле — это любое взаимодействие, в котором участвуют люди и их общности.

Социальное взаимодействие в узком, собственно социологическом смысле — это взаимодействие индивидов и общностей, которые занимают неравное положение в обществе. Такой **дуализм значения термина «социальное»** затрудняет однозначное определение понятия «социальная коммуникация».

Если говорить об американской или западноевропейской традиции, то теория коммуникации, разрабатываемая англоязычными авторами, практически не использует оборота «social communication». В литературе вместо этого словосочетания применяется либо термин «human communication» (**«человеческая коммуникация»**), соответствующий широкому толкованию понятия «социальное» применительно к коммуникации, либо просто термин «communication», аналогичный предложенной выше узкой трактовке. Последнее предполагает

целесообразность использования для обозначения коммуникации в животном мире или коммуникации между человеком и животным иных терминов или сочетаний терминов (например, биокоммуникация или зоокоммуникация).

Соколов А. напротив исходит из понятия социальная коммуникация, полагая, что в российской науке до сих пор коммуникационная проблематика сводилась к массовой коммуникации или различным информационным системам и никогда не охватывалась в целом. Он предпринял попытку представить проблемы социальной коммуникации во всей полноте и разнообразии.

Рядоположенной (не по своему содержательному уровню, а по уровню теоретического обобщения) общей теории социальной коммуникации может считаться **теория биокоммуникации**, предметом которой является изучение механизмов информационного обмена в природной среде — у животных, птиц, рыб, насекомых и др. — с помощью передачи сигналов (оптических, акустических, химических, механических, электрических), воспринимаемых органами зрения, слуха, обоняния, вкуса, осязания, боковой линией (у рыб), термо- и электрорецепторами. Роль того или иного канала связи у различных видов неодинакова, определяется уровнем организации, образом жизни живых организмов и зависит от условий среды. Как правило, биокоммуникация осуществляется путем одновременного использования нескольких каналов связи, дополняющих друг друга.

Теория биокоммуникации также выступает обобщающей теорией по отношению к более частным теориям видовых и межвидовых коммуникаций. В качестве примеров таких частных теорий можно привести теории, изучающие коммуникацию приматов, насекомых (например, знаменитый «танец пчел», расшифрованный немецким физиологом и этологом К. Фришем) и др.

Следующий уровень изучения социальных коммуникаций образуют **частнонаучные теории**, возникающие, как правило, **на стыке различных наук** и носящие междисциплинарный характер. К ним могут быть отнесены экономические, социологические, политологические, культурологические, психологические, лингвистические, технические и другие теории коммуникации. Их предмет составляют коммуникативные аспекты различных сторон человеческой деятельности. В силу этого возникает огромное количество специальных коммуникативных дисциплин. Например, только в **социологический цикл** входят такие специальные дисциплины, как теория массовой коммуникации, теория межличностной коммуникации, теория групповой коммуникации, теория социального обмена, теория пропаганды и др.; в психологический цикл — психология межличностного общения, психология групповой коммуникации, психология массовой коммуникации, психолингвистика, теория переговоров, «драматизм» (управление впечатлениями) и др.

Итак, система социально-коммуникационных наук имеет чрезвычайно разветвленный характер. Все уровни коммуникативного знания связаны между собой. Частнонаучное знание обеспечивает теории среднего уровня необходимым материалом для обобщений. Предельно абстрактной (и менее всего содержательно наполненной) является общая теория коммуникации, представляющая второй уровень обобщения.

Более общие теории в свою очередь выполняют функцию **научной методологии** для менее общих теорий, позволяя уточнять их предмет и методы, разрабатывая принципы их отграничения и консолидируя их в межнаучную систему коммуникативного знания. Таким образом, каждый последующий уровень включает в себя предыдущий в виде его теоретического обобщения, а предыдущие уровни раскрывают, конкретизируют и наполняют реальным содержанием положения обобщающих теорий.

Поскольку коммуникация не может быть определена однозначно, в некоторых учебниках (Д.П. Гавра, например) **акцент делается на социальной коммуникации** в ее широком понимании, где коммуникация — это не только процесс **передачи сообщений** или **обмена информацией**, но и способ **совместного созидания**, воспроизведения и преобразования многочисленных социальных реальностей, реализуемый с помощью знаковых средств; это процесс **производства и воспроизводства общих смыслов**; это **созидание и возобновление социального порядка** и т. д. и т. п. **Объектом** теории коммуникации тогда служит сама **социальная коммуникация**, понимаемая в широком смысле как процессы социального взаимодействия между людьми как объектами и субъектами социальных процессов, взятые в их информационно-знаковом аспекте.

Предметом же теории коммуникации у Д.П. Гавры выступают психологические, социальные (в широком понимании), семиотические и сопряженные с ними явления, процессы и отношения, возникающие в ходе и в результате общения (обмена информацией/смыслами) между людьми и их общностями и реализуемые в ходе совместного создания, воспроизведения и преобразования социальных реальностей при помощи знаковых средств.

3. Междисциплинарный характер теории коммуникации.

Теория коммуникации складывалась как междисциплинарное направление. Коммуникация является объектом изучения многих наук: философии, социологии, психологии, политологии, культурологии, лингвистики, экономики и ряда других дисциплин гуманитарного, естественно-научного и научно-технического циклов. А. Соколов считает, что социальная коммуникация может и, действительно, является предметом изучения по крайней мере пяти фундаментальных наук: философии, социологии, психологии, культурологии, лингвистики, плюс прикладные технические науки. Он представляет ее в виде куба. Имеющего шесть граней. Первая грань — философская.

1. Философия видит в коммуникации взаимосвязь и взаимозависимость явлений и процессов действительности. Не случайно в рамках философии зарождаются **логика, риторика, этика, политика, герменевтика**, имеющие самое прямое отношение к проблемам коммуникации. В философии были поставлены и такие важные в теории коммуникации проблемы как **проблемы понимания и интерпретации**.

Социальную коммуникацию **А. Соколов** определяет как движение **знаний, эмоциональных переживаний, волевых воздействий в социальном времени и пространстве**. Знания, чувства, волевые побуждения есть **смыслы**, поэтому **социальная коммуникация есть коммуникация смысловая**, содержанием которой является движение идеальных, умопостигаемых смыслов, а не перемещение материальных объектов, как в случае транспортной или энергетической коммуникации. Постигание сущности социальной

коммуникации требует обращения к философским категориям «идеальное», «материальное», «сознание», «смысл», «знак».

Две классические философские дисциплины, помимо современных философских теорий и концепций, непосредственно занимаются социально-коммуникационными процессами: **логика и герменевтика**. Логика изучает формы мышления и пути постижения истины, в ее предмет входит построение доказательств и опровержений, обнаружение лжи и заблуждений, ведение диалога и спора. Герменевтика — это учение о понимании (толковании) текстов, о постижении глубинных смыслов записей, например поэм Гомера, Священного Писания и т. п.

Социально-коммуникационные отношения, равно как и само содержание транслируемой в ходе коммуникационного акта информации, должны быть проанализированы и интерпретированы с точки зрения **логичности, понимаемости, доходчивости, однозначности, непротиворечивости** и т. п., поэтому логика и герменевтика вписываются в проблематику социальной коммуникации. Кроме того, именно в рамках философского измерения теории коммуникации ищутся ответы на вопросы о соотношении материального, идеального, объективного и субъективного в самой коммуникации и ее компонентах, об истинности и ложности, этичности или неэтичности коммуникативных отношений и т. п.

2. Психологическая грань отчетливо проявляется в двух случаях: в межличностной коммуникации (**общении**), когда происходит диалог между равными партнерами, и в **управлении (манипулировании)** массовыми аудиториями. "Общение" признается одной из базовых категорий отечественной *общей психологии*. Управление массовыми аудиториями и процессе **пропаганды, агитации, рекламы** давно изучается *социальной психологией*, достигшей несомненных успехов. Стало быть, имеются неплохие возможности для раскрытия психологических аспектов коммуникационной деятельности. Следует обратить внимание, что психологическая проблематика непосредственно выводит на **физиологическую** проблематику (асимметрия полушарий головного мозга, "реченые зоны" и мозгу и т. д.). Нет нужды выделять специально физиологические проблемы, так как они легко объединяются с проблемами психологическими. Психология изучает **способность человека отражать мир, познавать его и регулировать свое взаимодействие с ним**, а так же рассматривает факторы, способствующие **передаче и восприятию информации, мотивацию** речевого поведения коммуникантов, обусловленную психологическими особенностями личности. При этом социальная психология исследует **психологию межличностного взаимодействия, психологию малых групп, межгрупповых взаимоотношений, психологию толпы** и т. д.

3. Социологическая грань коммуникации достаточно очевидна, ибо социальная коммуникация осуществляется **социальными субъектами (личностями, социальными группами, массовыми аудиториями)** в социальном пространстве и времени. Первый классик социологии Габриэль Тард объявил о возможности научного изучения коммуникационных процессов и посвятил себя этому. Тард утверждал, что развитие социально-коммуникационной деятельности в форме **подражания** приводит к **происхождению общества (социогенез)**. Появились **продукты творчества** индивидов-новаторов – **язык, религия, ремесло, государство**; этим новаторам начали подражать другие

люди, и в результате появились названные социальные институты. Согласно Тарду, «общество – это подражание, а подражание – своего рода гипнотизм».

Строго говоря, теория социальной коммуникации должна быть одной из социологических дисциплин, но этого не произошло. Изучая структуру общества, его социальные институты, динамику социальной жизни, социологи лишь попутно обращались к социально-коммуникационным процессам, не занимаясь углубленным их исследованием. Исключениями являются учение о взаимодействиях между людьми **П. А. Сорокина**, писавшего: «Взаимодействие людей по своей природе есть прежде всего взаимодействие психическое – обмен чувствами, идеями, волевыми импульсами». (Подобный обмен, говоря современным языком, это **смысловая коммуникация**, которая предопределяет **динамику человеческого общества**); символический **интеракционизм** (дословно "взаимодействие посредством символов", т. е. смыслов) — направление, развиваемое в социологии США с 20-х годов нашего века, **теория коммуникативной деятельности**, развиваемая немецким социальным философом **Ю. Хабермасом**. Для **социолога** важно исследование **коммуникации как социально обусловленного процесса**, в рамках которого формируются индивидуальные и групповые установки речевого поведения. В социологии коммуникации, наряду с межличностной коммуникацией, изучаются социальные факторы, обуславливающие влияние массовой коммуникации на формирование общественного мнения.

4. Культурологическая грань. Культурология не относится к числу наук с четко очерченным предметом исследования, ибо базовая для нее категория "культура" понимается учеными по разному. Теоретическая трактовка культуры связана с понятиями "духовная культура", "духовная жизнь", "культурное наследие", которые имеют прямое отношение к социальной коммуникации, точнее к теоретической ее интерпретации. Практическое понимание культуры приходит к таким социально-культурным явлениям, как **письменность, литература, искусство, религия, наука**, а также к культурным социальным институтам **школам, библиотекам, музеям** и т. д. Перечисленные социально-культурные явления и институты (учреждения, службы) выполняют коммуникационные **функции**, и для некоторых из них именно эти функции являются определяющими и главными. Можно сказать, что **социально-коммуникационная деятельность и социально-культурная деятельность образуют единство**, они не просто взаимосвязаны, а взаимообусловлены и неотделимы друг от друга. Отсюда вытекают *научно-интеграционные связи* между теорией социальной коммуникации и такими науками, как **литературоведение, искусствознание, науковедение, педагогика, библиотековедение, библиографоведение, журналистика, клубоведение, научная информатика и многие другие**. Именно в этом случае может особенно плодотворно проявиться потенциал обобщающей теории социальной коммуникации.

Культурология исторически связана с *этнографией* (этнологией), изучающей происхождение и жизненный цикл этносов (племен, народностей, наций), их **этнические особенности**, в том числе **знаковые системы, язык, символику, традиции**, т.е. социально-коммуникационные явления, выработанные данным этносом. Разумеется, коммуникационный багаж этнологии представляет интерес для теории социальной коммуникации.

5. Лингвистическая грань социально-коммуникационной проблематики достаточно очевидна. Речевая способность, т.е. способность пользоваться выработанным обществом **языком**, является необходимой предпосылкой всякой коммуникационной деятельности.

Современная лингвистика — не отдельная наука, а цикл научных дисциплин, куда входят фонетика, лексикология, грамматика, семантика, структурная лингвистика, стилистика, культура речи, сравнительное языкознание и другие учения. Цикл лингвистических дисциплин включается в состав социально-коммуникационных наук, но им не исчерпывается та грань социальной коммуникации, которую мы назвали "лингвистической".

Наряду со словесными (**вербальными**) средствами в межличностной коммуникации непременно используются жесты, позы, мимика, интонации и другие невербальные средства. Строго говоря, **невербальное общение** не должно входить в компетенцию лингвистики, но практически многие лингвисты, особенно психолингвисты и социолингвисты, изучают **язык жестов**, дополняющий вербальное общение.

К лингвистике, занимающейся проблемами вербальной коммуникации, примыкает **семиотика**, изучающая свойства знаков и знаковых систем в обществе. При этом анализу подвергаются такие феномены, как **смыслообразование, интерпретация и понимание**. Семиотический подход к социальной коммуникации, когда предметом рассмотрения становятся языки и отдельные символы, выражающие смыслы, раскрывает особое "измерение" в ее изучении. Правда, это "измерение" шире, чем сугубо лингвистический взгляд, — оно охватывает культурологические, в частности, литературоведческие, и этнографические знаковые проблемы.

6. Техническая грань со времен изобретения **книгопечатания (XV в.)** приобретает все более важное значение в социальной коммуникации. Промышленная революция XIX века вызвала к жизни **прессу**, ставшую "**четвертой властью**" в демократических странах Запада, **телеграф, телефон, радио**. Плодами научно-технической революции XX века стали телевидение и компьютер, воздействие которых на социальную коммуникацию является одним из центральных вопросов коммуникационных теорий.

А. Соколов выделил и охарактеризовал шесть проблемных областей, представляющих предметное поле социальной коммуникации. Он подчеркивает, что **социальная коммуникация**, подобно любому социальному процессу, допустим, процессу материального производства или государственного строительства, **обусловлена исторически**. Предметный куб социальной коммуникации для Древнего Египта, классической Греции, Киевской Руси или петровской России сохранит свою шестигранную форму, но содержание его будет далеко не одинаковым в каждом случае. Сколько требуется построить кубов социальных коммуникаций, чтобы обнаружить **эволюционные закономерности**? Для этого не нужно проследивать коммуникационные процессы каждого этноса и каждого государства с момента их возникновения до наших дней. Достаточно ограничиться главными вехами в истории человечества. Такими вехами являются **цивилизации**. В теории социальной коммуникации вырисовывается проблема "Цивилизации и коммуникации", изучение которой позволит удовлетворить требования принципа историзма, действующего во всех общественных науках.

Теория коммуникации в значительной степени формируется разнообразными **прикладными областями**, где коммуникативное воздействие играет определяющую роль. Уже в начале XX века роль смысловой коммуникации для развития человечества интересовала не только абстрактно мыслящих социологов, культурологов, но и **практиков книжного дела**, увлеченных утопией построения «Всемирного Дворца Книги и Знаний». Наиболее ярким примером служит фигура бельгийского ученого, ставшего **«отцом**

документации» – Поль Отле. Под «документом» Отле определял «все, что графическими знаками изображает какой-либо факт или идею», т. е. любые изображения и произведения письменности или печати. В Европе и США в послевоенные годы стали распространяться службы документации, которые занимались обслуживанием бизнеса, медицины, политики, производства, т. е. специальной коммуникационной деятельностью, которая вышла за пределы традиционной библиотечно-библиографической сферы. В 1937 г. была учреждена Международная Федерация документации, ныне именуемая Международная Федерация информации и документации. Документационная практика стала предметом документационной науки, позже получившей название **документалистика**.

Кино, радиовещание, массовые иллюстрированные издания, комиксы и их стремительное развитие 30-е годы озадачили философов-культурологов. Ведь **феномен массовой культуры означал примитивизацию духовных потребностей** народных масс. Силу и опасность влияния на массовое сознание средств массовой коммуникации продемонстрировал **опыт манипулирования** массовым сознанием в тоталитарных государствах. Так особое внимание уделено **пропаганде в «Майн кампф»**, обозначены **правила**, которым она должна следовать:

** избегать абстрактных идей,*

** апеллировать к эмоциям;*

** настойчиво повторять несколько главных лозунгов,*

** используя стереотипные фразы;*

** постоянно критиковать врагов государства;*

** выделять одного врага для целей особого поношения и др.* Стало очевидно, что **коммуникация требует осторожного и осмысленного обращения.**

После второй мировой сложилось противоречие между накопленными человечеством знаниями и возможностями их восприятия отдельным человеком привели к **информационному кризису развитых стран**. Ученые утверждали: «Гениальные открытия сделаны, опубликованы и похоронены в недрах библиотек, где их невозможно обнаружить; мы не знаем, что мы знаем!» Возникла потребность в новых коммуникационных средствах: информационных службах, информационных системах, информационных сетях. Требовалось научное обоснование этих средств, появляется информационная наука, получившая название в 1966 г. **информатика**. Задача информатики сводилась к совершенствованию **научной коммуникации**; то есть массовая, экономическая, политическая, эстетическая и другие коммуникации оставались в стороне. В это время роль массовой коммуникации возростала, этому способствовали телевидение и персональные компьютеры. Общество все больше отдает предпочтение красочным телевизионным сериалам и видео-фильмам, нежели книгам, кино и театру. Увеличивается спрос на рекламу и паблик рилейшнз. Педагоги, писатели, публицисты, культурологи задаются вопросом «Не деградирует ли человечество?»

С 1960-х гг. после появления работы К.Дойча «Нервы управления. Модели политической коммуникации и контроля» проблемы коммуникации начинают активно вторгаться в область **политологии**. Возникло целое направление (коммуникативно-кибернетическое), рассматривающее политические процессы с точки зрения информационного обмена между субъектами политики. В рамках **биологии** появилось новое

направление, изучающее поведение и **коммуникацию животных** и получившее название **этология**. Сегодня в науке широко используются термины «биокоммуникация», «зоокоммуникация». Таким образом, проблемы коммуникации распространяются не только на социальный, но и на природный мир. Чрезвычайно весомый вклад в изучение коммуникации внесли **технические науки**. Развитие технических средств полностью изменило характер социальной коммуникации, сделав возможным мгновенную передачу информации в большом объеме практически на неограниченные расстояния.

Подытоживая достижения XX века в области изучения социальной коммуникации, можно констатировать, что коммуникационная проблематика стала составной частью фундаментальных общественных наук – социологии, психологии, социальной психологии, культурологии, социальной философии, а также освоена различными прикладными учениями от документалистики и журналистики до теории рекламы и паблик рилейшенз.

Таким образом, теория коммуникации вписывается в современную систему научных знаний как наука **комплексная, интегрирующая** знания о коммуникационных процессах в природе и обществе.

4. Классификация и модели коммуникаций. Разнообразие коммуникаций требует проведения их классификации. В литературе по теории коммуникации можно увидеть различные подходы к типологии коммуникации.

Г.Г. Почепцов выделяет **виды коммуникации**, опираясь на понятие — коммуникативное пространство. Он выделяет такие типы коммуникации, как **визуальная, вербальная, перформансная** (*если вербальная коммуникация использует для передачи вербальный канал, визуальная - визуальный, то перформанс располагает свое сообщение в пространстве*).

Ритуалы являются важной составляющей жизни любого общества. Одновременно со значениями, уже утраченными в веках, они несут в себе четкие коммуникативные указания. К примеру, траурная процессия с телом Джона Кеннеди включала лошадь без всадника, которую вели под уздцы, что символизировало потерю первого лица Америки. Или такой пример, как церемонии прощания и приветствия, особенно в прошлом. Особую роль при этом играл головной убор. "При встрече с вышестоящей персоной необходимо было снять шляпу да так низко поклониться, чтобы подмести ее полями пол. Даже письмо от знатного лица, а также послания, где упоминалось имя короля или папы Римского, следовало читать с обнаженной головой".

*Процесс **инаугурации** Бориса Ельцина в августе 1996 г. продемонстрировал важность **перформансов в политике** - президент вступает в законную силу только после этого перформанса. Клятва президентов США состоит из 42 слов (российского - из 33 слов) и используется с 30 апреля 1789 г. со времен Джорджа Вашингтона), мифологическая, художественная.*

М.А. Василик рассматривает виды и уровни коммуникации, а также отдельно выделяет профессионально ориентированную коммуникацию. В рамках этих видов и уровней коммуникации этим автором рассматриваются многочисленные формы коммуникации. Так, в рамках **вербальной** коммуникации выделяются **формы речевой коммуникации**: диалог, монолог, спор. Среди многообразия коммуникаций в организации особо отмечаются

различные формы **деловой** коммуникации: деловой разговор, деловая беседа, деловое совещание и т.п..

Исследователи коммуникаций выделяют следующие дихотомии, позволяющие рассматривать различные **формы и виды коммуникации**:

- вербальная/визуальная,
- иерархическая/демократическая,
- агрессивная/благоприятная,
- устная/письменная,
- прямая/дистанционная
- активная/пассивная
- случайная/организованная
- горизонтальная/вертикальная

По **масштабности процесса коммуникации и массовости** вовлекаемых в него лиц коммуникацию можно классифицировать следующим образом: а) **массовая коммуникация** (происходит в том случае, если сообщение получает или использует большое количество людей, зачастую состоящее из различных по интересам и коммуникативному опыту групп);

б) **среднего уровня** (между и в больших социальных группах - групповая, в социальных организациях - внутриорганизационные коммуникации);

в) **локальная** (внутрисемейная, в малых группах - внутригрупповая, межгрупповая) (Ф.И. Шарков).

О.Н. Гнатюк предложил следующее деление на уровни коммуникации. Они выделяются по характеру, **количеству субъектов**, по масштабности коммуникационного процесса.

Уровни коммуникации:

- внутриличностная
- межличностная
- коммуникация в группах
- лично-групповая
- организационная
- публичная
- массовая
- медийная (коммуникация, в рамках которой для превращения контента (содержания) в информацию используются каналы СМИ, изначально рассчитанные на получение коммуникации значительным числом участников системы коммуникации).

Модели коммуникации. Модель (франц. modele, от лат. modulus – мера, образец, норма), в логике и методологии науки – **аналог** (схема, структура, знаковая система) определенного фрагмента природной или социальной реальности, порождения человеческой культуры, концептуально-теоретического образования и т. п. – **оригинала модели**. Этот аналог служит для хранения и расширения знания (информации) об оригинале, конструирования оригинала, преобразования или управления им. Понятие модели широко применяется в семантике, логике, математике, физике, химии, кибернетике, лингвистике и других науках.

Коммуникацией традиционно принято называть **обмен значениями** (информацией) между индивидами через **посредство общей системы символов** (знаков), языковых знаков, в частности. Изучение коммуникации началось еще в древние времена, поэтому определений у коммуникации очень много. Американский ученый-психиатр Юрген Рюш выделил **40 различных подходов к коммуникации** в разных сферах, включая антропологию, психологию, политику и многие другие.

Для лучшего понимания процесса коммуникации стали пользоваться **методом моделирования**. Модель коммуникации воспроизводит составные элементы и функциональные характеристики коммуникационного процесса в виде схемы.

В настоящее время существует целая группа различных теоретических **моделей социальной коммуникации**. Мы остановимся лишь на некоторых.

Еще в «**Риторике**» древнегреческий философ **Аристотель** писал: «Речь слагается из трех элементов: из самого оратора, из предмета, о котором он говорит, и из лица, к которому он обращается; оно-то и есть конечная цель всего (я разумею слушателя)» (Аристотель. Поэтика. Риторика. СПб., 2000). Таким образом, данная **модель универсальна** – 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, хотя и в измененном виде, воспроизводятся 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 потребности в совершенствовании методов пропаганды классическая модель претерпела изменения.

В 1948 г. американский ученый **Гарольд Лассуэлл** (политолог, социолог, теоретик социологии массовой коммуникации) предложил свою модель (линейная) коммуникации, которая раскрывается по мере ответа на последовательно возникающие вопросы: Who says – what – to whom – in which channel – with what effect? (**кто? сообщает что? по какому каналу? кому? с каким эффектом?**).

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

В соответствии с этой структурой Г. Лассуэлл выделяет следующие разделы исследования коммуникации, каждый из которых представляет ответ на соответствующий вопрос:

- анализ **управления процессами 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 упоминаний 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 массмедиа); выявление средств, адекватных характеру передаваемых сообщений и наиболее приемлемых для получателя;

- анализ **аудитории** (массовой, специализированной), являющийся жизненно важным для **результативной коммуникации**; к решению этой задачи привлекаются социологические службы, результаты деятельности которых используются профессиональными, вещательными корпорациями, рекламодателями и т.п.;
- анализ **результатов («эффекта»)** коммуникационного воздействия; в целом результативность коммуникации оценивалась на основании возникшего интереса к содержанию сообщения.

В 1968 Г. Г. Лассуэлл предложил **более подробную версию** своей модели коммуникации. Она также 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. Определить это важно для нахождения правильного ответа на второй вопрос.

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.

Ответ на вопрос **В какой ситуации?** связан с определением того, в какой ситуации – благоприятной, неблагоприятной или нейтральной – осуществляется коммуникативный акт. При этом необходимо установить наличие естественных и искусственных **барьеров** между коммуникатором и аудиторией, которые препятствуют доведению информации до адресата, и попытаться минимизировать их влияние.

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 результативной коммуникации. **Стратегия** – это не только **определение перспективных целей**, но и **подбор адекватных им средств и путей их достижения**. Стратегия коммуникации определяется в первую очередь характером цели, особенностями аудитории, наличием ресурсов.

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). **Поиск «своей» аудитории** и умение подобрать к ней соответствующие средства и способы коммуникативного влияния требуют высокого профессионализма и владения методами и методиками конкретных социальных исследований.

Отвечая на вопрос **С каким результатом?**, мы подразумеваем оценку итога совокупных усилий участников коммуникационного процесса. Коммуникация эффективна, если поставленные цели реализованы в установленные сроки и с наименьшими издержками. Коммуникативная эффективность обусловлена изменением в знаниях и установках, убеждениях или поведении получателя информации.

«Коммуникативная формула» Лассуэлла представляет собой одновременно и **модель исследования коммуникационного процесса**, и **развернутый план собственно коммуникативного действия** – в этом ее несомненное достоинство. Вместе с тем она обладает и существенным **недостатком** – **она монологична**, в ней отсутствует **обратная связь**, благодаря которой мы рассматриваем коммуникацию не однонаправленной и не «саму по себе», а как двусторонний процесс.

Модель **К. Шеннона и У. Уивера**. Достаточно долгое время в лингвистике пользовались слегка расширенной моделью, перекочевавшей из математики и кибернетики, моделью коммуникации, предложенной американским математиком Клодом Шенноном (его имя в значительно большей степени известно, чем имя его соотечественника Уоррена Уивера, в конце 40-х годов. Эта модель сыграла значительную роль в развитии многих наук, связанных с обменом информацией, хотя сейчас ее уже можно считать ограниченной.

Модель включает **пять элементов**:

источник информации, передатчик, канал передачи, приемник и конечную цель, расположенные в линейной последовательности (линейная модель).

Модель пересматривалась с тем, чтобы удовлетворить потребности других областей исследования, связанных с другими видами коммуникации. Пересмотренная модель включала **шесть компонентов**: источник, кодирующее устройство, сообщение, канал, декодирующее устройство и приемник.

Помимо этих терминов, К. Шеннон ввел еще **понятия шума и избыточности** (в дальнейшем это стали связывать с понятием **энтропии** и, наоборот, **негэнтропии**).

Энтропия (шум) в теории коммуникации связана с теми внешними факторами, которые **искажают сообщение**, нарушают его целостность и возможность восприятия приемником.

Негэнтропия (отрицательная энтропия) связана с теми случаями, когда неполное или искаженное сообщение все же получено приемником благодаря его способности **распознать сообщение, несмотря на искажения и недостающую информацию**.

Понятие же **избыточности**, повторения элементов сообщения для предотвращения коммуникативной неудачи, то есть, **средства против энтропии**, чаще всего демонстрируют именно на примере естественных человеческих языков.

Считается, что **все языки приблизительно наполовину избыточны**: можно залить кляксами половину слов текста или стереть половину слов в радиовыступлении, но при этом все же сохранится возможность понять их.

Есть **предел допустимого шума**, за порогом которого возможность понимания резко снижается. В особенности трудно понимать в условиях шума сообщение, использующее **малознакомый код**. Кстати, для изучения иностранного языка полезно слушать речь не только в стерильных условиях учебной аудитории, но и под аккомпанемент уличного или производственного шума, произносимую разными голосами и даже с другим акцентом (иностраный акцент – это тоже шум, препятствия для восприятия).

Статичность модели Шеннона была восполнена **понятием обратной связи**. Это понятие позволяло сделать модель более близкой к реальности человеческого взаимодействия в коммуникации. Его введение было связано с проникновением идей

кибернетики, в частности одноименной работы Норберта Винера, «отца» этой науки. Модель стала более **динамичной**.

Различные рассматриваемые модели коммуникации возникают исходя из разных задач, которые стоят перед исследователем. В области **прикладных коммуникаций**, таких, как, например, **паблик рилейшнз, реклама и пропаганда**, коммуникатор пытается **внести изменение в коммуникацию**, чтобы перевести своего адресата на **новый/иной тип поведения**. Пропаганду даже часто определяют как такой тип коммуникации, где могут расходиться цели коммуникатора и адресата, т.е. коммуникатор может переводить адресата на цели, выгодные не ему, а коммуникатору.

Если сгруппировать факторы, которые формируют процесс коммуникации, задавая его форму и содержание, то можно увидеть следующий ряд параметров. Фактор **коммуникатора** задает **задачи и цели**, которые он преследует и которые влияют на данный процесс. Фактор **целевой аудитории** определяет **интересы адресата**, поскольку с человеком лучше говорить на те темы, которые ему не безразличны. Фактор **канала коммуникации** задает **стандарты данного канала**, которые выступают как определенного рода ограничители, например, сообщение по телевидению будет отличаться от сообщения, переданного по радио. **Психологические модели коммуникации**. В контексте **бихевиоризма** (направление в психологии, изучающее **поведенческие аспекты человека**) основой коммуникации является не язык как система, а непосредственные **речевые сигналы**, манипулируя которыми можно воспитывать человека любого склада характера.

Психотерапия (как и психоанализ) опираются на коммуникацию, которая призвана внести **коррекцию в поведение человека**. При этом для воздействия избираются более **глубинные слои психики** человека. Сходная проблема стоит **и в искусстве**, как считал С. Эйзенштейн. "Воздействие на зрителя или слушателя возможно лишь при условии, что самой формой произведение обращено к этим глубинным **архаичным слоям сознания**".

Эйзенштейн связывал **форму** в искусстве с **тенденцией к регрессу**, как **содержание** — с тенденцией к **прогрессу**. Искусство уводит зрителя от рациональной логики в **чувственное мышление**, что, по С. Эйзенштейну, является уводом зрителя в **культурный регресс**. Этот вопрос С. Эйзенштейн считал основной проблемой искусства.

Психотерапевтическая коммуникация призвана, с одной стороны, откорректировать когнитивные механизмы, управляющие поведением, с другой, **обучить человека новым моделям поведения** практически, делая это обучение на условных примерах. Но и в том, и в другом случае речь идет об изменении глубинных норм для достижения изменения в поверхностном поведении.

Семиотические модели коммуникации.

Семиотика - научное направление, находящееся на стыке лингвистики, логики, философии и других наук, изучающее коммуникацию как передачу знаков или обмен знаками.

В лингвистике идеи Шеннона проявились в интерпретации Р. О. Jakobsona (**функциональная модель**), человека уникальной человеческой и научной судьбы с самыми широкими интересами (поэзия и поэтика, фонология и грамматика, исследование больных с афазией, то есть с различными нарушениями речи, и философская методология, лингвистика и теория коммуникации).

В модели коммуникации или речевого события, по Jakobsonу, участвуют **адресант и адресат**, от первого ко второму направляется **сообщение**, которое написано с помощью **кода**,

контекст в модели Якобсона **связан с содержанием** сообщения, с информацией, им передаваемой, понятие **контакта** связано с **регулятивным аспектом** коммуникации.

Модель Романа Якобсона. В работе "Лингвистика и поэтика" он представил речевую коммуникацию в виде **шести факторов**, каждому из которых соответствует особая функция языка.

1. 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. Р. Якобсон 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.

2. Конативная функция отражает **ориентацию на адресата**. Сюда подпадают в числе прочего такие формы речи как **звательный падеж** и **повелительное наклонение**. Она выражает непосредственное **воздействие на собеседника**.

3. 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?"

4. Метаязыковая функция или металингвистическая 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. Эта функция **идентифицирует код**, который используется в том или ином акте коммуникации.

5. 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.

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

Роман Якобсон предложил также свой анализ знаков, считая, что "**для зрительных знаков** важнее **пространственное измерение**, а для **слуховых** — **временное**".

Конфликтологическая модель Уильяма Юри. Конфликтология как наука в рамках западной научной парадигмы даже называется в чисто **прикладном ключе** — Анализ и разрешение конфликтов. Специалист по разрешению конфликтов обычно входит в любую крупную организацию — университет, больницу, фирму. Чтобы ярче показать особенности конфликтологии, мы остановимся лишь на одном из подходов, который вырос из **задачи, поставленной бизнесом** — **уменьшить число забастовок на шахтах**. В США, как и у нас, шахтеры в принципе являются наиболее "бастующей" профессией.

Современная конфликтология зиждется на постулате, что **конфликт является вполне естественным** делом. Это не нарушение нормы, а **элемент нормы**, поскольку только "мертвая" структура не имеет конфликтов. **Негативные последствия** несет не сам конфликт, а **неправильное его разрешение**. А разрешение конфликта — это, кстати, чисто коммуникативная проблема.

Какое разрешение конфликта правильно, а какое нет? В данной модели предлагается **три уровня разрешения конфликтов** — на уровне **интересов**, на уровне **права** и на уровне **силы**.

Пример разрешения **на уровне силы** — это **забастовка, война, драка**. Это определение того, кто сильнее.

На **уровне права** — это **обращение в суд**. Это выяснение — кто же прав.

Как определить, какой уровень разрешения конфликта **лучше**? Авторы задают несколько критериев, таких как **стоимость, удовлетворенность результатами, влияние на отношения, повторяемость**.

Например, в случае **забастовки** в критерий стоимости входит **потеря зарплаты** со стороны шахтеров, а для руководства шахты — это **потеря прибыли**.

В целом **разрешение на уровне интересов признается более эффективным**, чем разрешение на уровне права или силы. **Интересы** — это потребности, желания, заинтересованности, страхи — вещи, которые нас заботят или волнуют. Они **предопределяют человеческие позиции** — реальные вещи, о которых люди говорят, что хотят их.

Разрешение на уровне **силы** очень **дорого**, поскольку требует большого объема ресурсов. Уровень **права** также признается **дорогим**, поскольку он включает **дорогостоящие юридические процедуры**. Они также **требуют времени**, что несомненно является ценным ресурсом. Результаты разрешения на этом уровне, однако, не всегда удовлетворяют стороны, поскольку **юридически правильное решение часто не считается справедливым**.

Разрешение конфликта — коммуникативная процедура. Современная наука занята поиском наиболее эффективных процессов таких процедур. Идеи У. Юри развиваются в книге Томаса Крама "Управление энергией конфликта", где для разрешения конфликтов предлагается использовать **принципы айкидо**.

Мифологические модели коммуникации. Их Г. Почепцов выделяет четыре: Бронислава Малиновского, Ролана Барта, Карла Юнга и Клода Леви-Строса. Первые двое изучали миф в примитивных обществах, последние - в современных. Правда, К. Юнга можно отнести сразу к двум группам. Одной из основных особенностей мифа является то, что миф не повествует о чуждых человеку событиях, он рассказывает о событиях, в которых человек задействован самым активным способом. Ю. Лотман выразил это следующими словами: **"Миф всегда говорит обо мне"**. "Новость", анекдот повествуют о другом. Первое организует мир слушателя, второе добавляет интересные подробности к его знанию этого мира".

Миф является несомненным **близким "родственником"** для **паблик рилейшнз**, особенно **в области политики**. Именно **мифологический архетипы** (типа **"отца нации"**) во многом определяют взаимоотношения лидеров и населения. Не следует забывать и о том, что **образ политического оппонента** очень легко трансформируется в **образ "врага"**. И это происходит в соответствии с мифологическими моделями. Когда в одном из первых негативных ТВ-роликов во время президентской кампании в США Барри Годцуотер портретировался как человек, который может ввергнуть землю в преисподнюю путем ядерной катастрофы, создатели этого представления несомненно опирались на свои интуитивные представления о враге из мифов и сказок. (Г. Почепцов). **Паблик рилейшнз** в принципе очень часто **создает мифы**, давая свою интерпретацию окружающего мира, точно так же, как делал это и древний человек, пытаясь объяснить свой мир.

Миф соединяет в себе рациональное и иррациональное. Рациональное, поскольку без него не может мыслить себя современный человек, а в попытках управляемости и **понятности окружающего мира** он находит **успокоение**. Но **иррациональное в мифе** еще важнее, поскольку затрагивает в человеческой душе те **"болевые" точки**, которые находятся вне сознания человека, вне его рационализма.

Эффективность воздействия мифа связана с заранее заданной его истинностью. Мифологическое **не проверяется**. Если ему нет соответствия в действительности, то в этом вина действительности, а не мифа. Тогда начинает подгоняться действительность, а не миф. В рамках **тоталитарной мифологии** "Кубанские казаки" были правдой, а их несоответствие действительности объяснялось исключениями локального характера. Как пишет **Мирче Элиаде**: "Каждый герой повторял архетипическое действие, каждая **война возобновляла борьбу между добром и злом**, каждая новая социальная **несправедливость** отождествлялась со **страданиями спасителя...**" И это имело достаточно сильные благотворные последствия для психики: "Благодаря такому подходу десятки миллионов людей могли в течение столетий **терпеть могучее давление истории, не впадая в отчаяние**, не кончая самоубийством и не приходя в то состояние духовной иссушенности, которое неразрывно связано с релятивистским или нигилистическим видением истории".

Через **юбилеев советского времени** держалась на отсылках на **"святые" периоды** прошлой истории. В то же самое время в период самой революции миф работать не может. **Ролан Барт** видит в революции редкий **случай немифической речи**: "Истинно революционный язык не может быть мифическим. Революцию можно определить как **катартический акт**, высвобождающий политический заряд, накопившийся в мире. Революция **созидает мир, и ее язык**, весь ее язык, функционально вовлечен в этот творческий акт.

Миф и Революция исключают друг друга, потому что революционное слово полностью, то есть от начала и до конца, политично, в то время как мифическое слово в исходном пункте представляет собой политическое высказывание, а в конце — натурализованное... Везде, где человек говорит для того, чтобы **преобразовать реальность**, а не для того, чтобы **законсервировать ее** в виде того или иного образа, везде, где его речь связана с производством вещей, метаязык совпадает с языком-объектом, и возникновение мифа становится невозможным".

В игровой модели коммуникации, основными представителями которой можно назвать Э. Берна и Й. Хейзингу, **коммуникация есть игра**. Йохан Хейзинга рассматривал феномен игры как обязательный и одновременно непонятый феномен человеческого существования. Й. Хейзинга увидел и проследил **игровой элемент в любом институте человечества**. В правосудии, войне, философии, поэзии, искусстве, везде существует элемент игровой состязательности. Одновременно значимость именно такого способа оперирования с действительностью к девятнадцатому веку постепенно **начинает исчезать**: человечество становится серьезнее. К примеру, мы имеем сегодня остаточные **рудименты игрового элемента в спорте**.

Хейзинга рассматривает игровой элемент в Древнем Риме, в Средние века, в период Ренессанса. Например, он рассматривает изменения парика, так как в голландском языке XVIII век называют "эпохой парика"; но XVII век, как считает Хейзинга, в этом смысле (парика) существеннее. "В 20-е годы от короткой стрижки переходят к моде на длинные

волосы, а в самом начале второй половины века появляется парик. Всякий, кто **хочет слыть господином**, будь то аристократ, судья, военный, священник или купец, начинает с тех пор носить как парадное украшение **парик**; даже адмиралы в роскошных латах увенчивают им свои головы". Все это служит иллюстрацией игрового фактора в культуре. Парик "означает в самом буквальном смысле обрамление лица, как холста - рамой. Он служит не для подражания, но для того, чтобы **выделять, облагораживать, возвышать**. Французская революция приостанавливает моду на парик.

Для игры характерно ее **отграничение от "обыденной жизни"**. Значимы **время, напряжение, непредсказуемость, выигрыш**. Необходимо деление на две **соперничающие группировки**.

Эту модель исследователи вычленили еще в примитивных обществах. В любом "винтике" человеческой культуры Й. Хейзинга видит отражение игрового аспекта цивилизации. Особенно бурно игровой элемент выразился в XVIII в. В XIX в. "гораздо меньше "играется", чем в предшествующие периоды". Таким доказательством **уменьшения игрового элемента** является, по Й. Хейзинга, **уменьшение фантазии в мужской одежде**.

Французская революция превращает длинные брюки (а это было одеждой крестьян, рыбаков, матросов) в туалет господ "вместе с буйными прическами, выражающими неистовство революции". Мужской костюм становится бесцветным. Изменения в мужской моде принципиально замедляются, значит, происходит потеря новизны, и тип **мужского костюма "консервируется"**.

Й. Хейзинга видит игровой характер в американских **политических нравах**: "Еще задолго до того, как двухпартийная система в Соединенных Штатах приняла характер двух teams (спортивных команд), чье политическое различие для постороннего едва уловимо, **предвыборная пропаганда** здесь полностью вылилась в **форму больших национальных игр**. Президентские выборы 1840 года создали стиль всех последующих... Эмоциональный характер американской политики лежит уже в истоках народного характера, который никогда не скрывал своего происхождения из примитивных отношений среди пионеров. Слепая верность партиям, тайная организация, массовый энтузиазм, сочетаемый с детской жадой внешних символов, придают игровому элементу американской политики нечто наивное и спонтанное, чего не хватает более молодым массовым движениям Старого Света"

Персонализм рассматривает коммуникацию как **внутреннюю метафизическую способность личности** открывать в себе чувства "**Другого**" (коммуникативного отношения: Я - Другой).

В **понимающей модели коммуникации**, основными представителями которой являются М. Вебер, Г. Г. Гадамер, Г. Шпет, основополагающим результатом коммуникации является понимание человеком другого человека, так называемое **взаимное понимание**.

Футурологический подход к коммуникации наиболее ярко представляет теория информационного общества (Д. Белл, А. Тоффлер, Г. Маклюэн). В этой теории средства коммуникации рассматриваются в качестве **единственного стимула и источника социального развития**. И **информация** выступает **основой культуры и всех культурных ценностей**.

Экзистенциалистская модель рассматривает коммуникацию как "**заброшенность в мир**". Такое понимание коммуникации объясняется развитием в XX в. такой системы нравов, как **индивидуализм**. Отношения, складывающиеся в условиях индивидуализма, организуют жизнь человека на принципах изоляции и самоизоляции, что порождает такое явление культуры, как **некоммуникабельность**. Некоммуникабельность есть распад всех социальных связей, крайняя форма взаимного **отчуждения**. В результате у индивидов возникает чувство одиночества, ощущение бессмысленности кратковременного и никому не нужного существования человека в мире. Такую ситуацию философы назвали "**кризисом коммуникации**".

В зависимости от целей и содержания коммуникационного акта (сообщения) в научной литературе выделяют пять **моделей коммуникации**:

1) Познавательная. Цель: расширить информационный фонд партнера, **передать необходимую информацию**, прокомментировать инновационные сведения.

Ожидаемый результат: освоение новой информации и применение ее в практической деятельности, внедрение инноваций и саморазвитие. **Условия** организации коммуникации: **учет познавательных возможностей** конкретных деловых партнеров, их индивидуальных установок на получение новой информации и интеллектуальных возможностей для ее переработки, понимания и восприятия.

Коммуникативные формы: доклады, сообщения, лекции, консультации, семинары, беседы, отчеты, а также письменные работы (рефераты, контрольные, курсовые, дипломные, проектные), позволяющие оценить степень усвоения теории вопроса, просмотр обучающих программ);

2) Убеждающая. Цель: вызвать у делового партнера определенные **чувства** и **сформировать ценностные ориентации** и установки; **убедить** в правомерности стратегий взаимодействия; **сделать своим единомышленником**.

Ожидаемый **результат:** привлечение партнера на свою позицию, изменение личностных установок, взглядов, убеждений, **переориентация целей**.

Условия организации коммуникации: опора на восприимчивость партнера, его личностную мотивацию и интеллектуально-эмоциональную культуру.

Коммуникативные **формы:** убеждающая, призывающая к действию речь, пресс-конференция, дискуссия, спор. Переговоры, напутствие, комплимент, беседа, презентация, "круглые столы".

Коммуникативные **средства** и технологии: **аргументация, демонстрация и доказательство**; разъяснение и сравнительный анализ; факты, цифры и примеры, показывающие преимущества; **опора на эмоциональный настрой** партнера и включение его кинестетического канала с помощью вербальных и невербальных ключей доступа; учет контраргументов партнера; психологические приемы присоединения, формирование аттракции, создание атмосферы доверия);

3) Экспрессивная (относящаяся к субъективным переживаниям, установкам ее участников. **Цель:** сформировать у партнера **психоэмоциональный настрой**, передать чувства, переживания, побудить к необходимому действию. Ожидаемый **результат:** изменение

настроя партнера, **провоцирование необходимых чувств** (сострадания, сопереживания), вовлечение в конкретные акции и действия.

Условия организации коммуникации: **опора на эмоциональную сферу** партнера, использование **художественно-эстетических средств воздействия** на все сенсорные каналы партнера.

Коммуникативные **средства** и технологии: аудио-, видео - и художественные средства; краткость речевых конструкций; эмоционально окрашенная, образная лексика; актерское мастерство: улыбка, голос, взгляд; яркость жестулирования, мимики; демонстрация конгруэнтности; опора на актуальные потребности слушателей; искренность демонстрируемых чувств.);

4) Суггестивная. **Цель:** оказать **внушающее воздействие** на делового партнера для изменения мотивации, ценностных ориентаций и установок, поведения и отношения.

Ожидаемый **результат:** изменение поведения партнера, **смена установок, ценностных ориентаций.**

Условия: внушаемость партнера, его **недостаточная информированность, недостаточная критичность ума**, слабый уровень контрсуггестии, **высокий авторитет** суггестора (осуществляющего внушение), создание атмосферы доверительности.

Коммуникативные **формы:** беседы, митинги, пресс - конференции, брифинги, дебаты, реклама, собрания, консультации, тренинг. Коммуникативные **средства** и технологии: разъяснение внушаемых установок; **управление эмоциональным напряжением**; внушение через приемы: идентификация, **ссылки на авторитет**, персонификация; предупреждение, **угроза, шантаж, психологический террор**, моббинг (форма психологического насилия в виде травли сотрудника в коллективе, как правило, с целью его последующего увольнения) и другие приемы **манипулирования**; психологическое присоединение);

5) Ритуальная. **Цель:** закрепить и поддерживать конвенциальные (договорные) отношения в деловом мире; **сохранять ритуальные традиции** фирмы, предприятия, создавать новые.

Ожидаемый **результат:** формирование чувства патриотизма и национальной гордости; сохранение традиций, закрепление новых ритуалов. **Условия** организации коммуникации: ритуальный (церемониальный) характер акций, художественно оформленная пространственная среда; соблюдение конвенций; опора на национальные, профессиональные традиции и нормы общения.

Коммуникативные формы: торжественная, (траурная) **речь**, ритуальные акты, церемонии, обряды; праздники, посвящения, чествования; презентации и торжественные собрания.

Коммуникативные **средства и технологии:** использование вербальных и невербальных ключей доступа в аудиальный, визуальный каналам участников; **включение участников в активную массовую деятельность**; неординарность сюжетов при сохранении традиций.

Для каждой из этих моделей характерны свои цели и ожидаемый результат, условия организации, коммуникативные формы и средства.

5. Функций теории коммуникации :

- **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.

Контрольные вопросы для самоподготовки студентов:

1. В чем заключается междисциплинарный характер теории коммуникации?
2. Какие грани коммуникации выделяет А. Соколов?
3. Охарактеризуйте каждую из граней.
4. В чем специфика теории коммуникации в сравнении с другими науками, изучающими коммуникацию.
5. Какие критерии для классификации видов коммуникации существуют?
6. Какие существуют виды коммуникации?
8. Какие модели коммуникации вы знаете и в чем особенности каждой из них?

Литература:

1. Викулова Л. Г., Шарунов А. И. Основы теории коммуникации : практикум. — М. : Восток-Запад, 2008. С.11-41.

2. Гавра Д. П. Основы теории коммуникации : для бакалавров и специалистов. — СПб : Питер, 2011. С.9-68.

3. Соколов А. В. Введение и теорию социальной коммуникации : учеб. пособие / А. В. Соколов. — СПб : СПбГУП, 1996. С.5-18, 130-137.

4. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации: Учебное пособие / А. В. Соколов. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2002г. С.6-21.

Лекция 3. Тема 2. Законы и категориальный аппарат теории коммуникации.

План

1. Законы коммуникации;
2. Коммуникация и социальная коммуникация;
3. Социальная коммуникация, смысл, понимание;
4. Социальные пространство и время.
5. Коммуникативное пространство и время;
6. Коммуникация и общение;
7. Коммуникация, общение и информация.

1. Законы коммуникации. Законы теории коммуникации определяются ее предметом. Они заключаются в следующем:

1. Всякая коммуникация представляет собой взаимодействие, характеризующееся **обменом** всякого рода информацией, следовательно, должно быть не менее **двух сторон** – участников коммуникационного взаимодействия.

2. Всякая коммуникация как информационное взаимодействие основана на **принципе обратной связи**, которая выступает необходимым условием осуществления коммуникативного акта («закон обратной связи»).

3. Всякая коммуникация имеет **знаковый характер**. Ядром исследования коммуникации является изучение используемых в ее процессе знаков, а также правил, которым подчиняются эти знаки. Не существует коммуникации без определенной системы знаков, которые могут быть самой разной природы. Под знаками в данном случае понимается определенная информация, используемая при общении между людьми.

4. **«Закон минимального основания»:** для осуществления коммуникации необходимо наличие хотя бы одного общего для источника и приемника основания в виде системы знаков или правил приема и передачи, кодирования и декодирования информации.

5. **«Закон гетерогенности (несовпадение) коммуникативных систем»** - коммуникация возможна лишь при несовпадении (неполном совпадении) информационных потенциалов взаимодействующих систем, поскольку полное совпадение совершенно обесценивает какой-либо обмен информацией между коммуникантами.

У данного закона есть одно важное в теоретическом и практическом плане следствие: Чтобы установить коммуникацию, сигналы должны содержать какой-то элемент непредсказуемости, хотя бы какую-то степень неожиданности, иначе передача их означает пустую трату времени. Так, книга, по ошибке сшитая из одинаковых страниц, пластинка, которую «заело», представляют собой циклический или периодический сигнал: первый его период выполняет коммуникативную функцию, остальные достоверно известны получателю заранее. В этой ситуации коммуникация прерывается.

2. Коммуникация и социальная коммуникация. Всякая теория оперирует своим понятийным (категориальным) аппаратом. Теория коммуникации не исключение. У нее достаточно разработанный **категориальный аппарат**, свидетельствующий о высокой степени развитости самой теории. Центральной категорией является понятие **«коммуникация»**.

Обыденное толкование коммуникации, бытовавшее в русском языке, легко проследить по справочной литературе. В первом словаре иностранных слов, правленном

лично Петром I, среди более 500 иностранных учтена и «коммуникация» в значении «переговор, сообщение». Встречается это слово в писаниях Петра и его сподвижников. В «Толковом словаре живого великорусского языка» В. И. Даля (1881 г.) слово «коммуникация» писалось с одним «м» и толковалось как «пути, дороги, средства связи мест». Именно в этом смысле Н. В. Гоголь писал: «Невский проспект есть всеобщая коммуникация Петербурга». До революции иных значений за термином «коммуникация» не числилось (с начала XX века его стали писать с двумя буквами «м»). Современный «Большой энциклопедический словарь» (М., 1997) указывает два значения: 1) путь сообщения, связь одного места с другим; 2) общение, передача информации от человека к человеку, осуществляющаяся главным образом при помощи языка. Коммуникацией называются также сигнальные способы связи у животных.

Термин «коммуникация» используется многими общественными, биологическими, техническими науками, и чаще всего имеется в виду **элементарная схема коммуникации**, состоящая в следующем.

Коммуникация предполагает наличие не менее трех участников: **передающий субъект** (коммуникант) — передаваемый **объект** (сообщение) — **принимающий субъект** (реципиент). Стало быть, коммуникация — это **разновидность взаимодействия** между субъектами, опосредованного некоторым объектом. Для отграничения коммуникации от других процессов обратим внимание на следующие ее отличительные **признаки**:

1. В качестве участников коммуникации выступают **два субъекта**, которыми могут быть: отдельный человек или группа людей, вплоть до общества в целом, а также животные (зоокоммуникация). Согласно этому признаку из понятия коммуникации исключается взаимодействие неодушевленных объектов; так, взаимосвязи Солнца и Земли не есть коммуникационный процесс.

2. Обязательно наличие передаваемого **объекта**, который может иметь материальную форму (книга, речь, жест, милостыня, подарок и т. д.) или не иметь ее. Например, коммуникант может неосознанно воздействовать на реципиента, внушая ему доверие, симпатию, антипатию, любовь. Особая форма коммуникации (автокоммуникация) — общение человека с самим собой (внутренняя речь, размышления, воспоминания и т. п.).

3. Коммуникации свойственна **целесообразность или функциональность**, поэтому бред — не коммуникационный акт. Целесообразность может проявляться в трех формах:

Перемещение материального объекта в геометрическом пространстве из пункта А в пункт В — в этом заключается цель транспортной или энергетической коммуникации.

Цель взаимодействующих субъектов заключается не в обмене материальными предметами, а в сообщении друг другу смыслов, обладающих идеальной природой. Носителями смыслов являются знаки, символы, тексты, имеющие внешнюю, чувственно воспринимаемую форму и внутреннее, постигаемое умозрительно содержание. **Коммуникация есть опосредованное и целесообразное взаимодействие двух субъектов.**

Основоположники теории коммуникации (например, амер. соц. психолог и социолог, **Чарльз 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.

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 (шаблон, образец) **информационного обмена**.

В работе **М.А. Василика** «Основы теории коммуникации» подчеркнута многоаспектность явления «коммуникации». Выделены следующие ее **основные значения**:

1. **универсальное** (предельно широкое) значение, при котором коммуникация рассматривается как **способ связи любых объектов материального и духовного мира**;

2. **техническое**, соответствующее представлению о коммуникации как о **пути сообщения**, связи одного места с другим, средствах передачи информации и других материальных и идеальных объектов из одного места в другое (А.В. Соколов использует понятие «**пространственная коммуникация**» для характеристики данного аспекта коммуникации);

3. **биологическое**, широко используемое в биологии, особенно в разделе **этологии**, при исследованиях сигнальных способов связи у животных, птиц, насекомых и т.д.;

4. **социальное**, используемое для обозначения и характеристики многообразных связей и отношений, возникающих в человеческом обществе. В данном случае речь идет о социальной коммуникации — коммуникационных процессах в обществе.

Теория коммуникации чаще всего обращается именно к этому, последнему значению коммуникации, т.е. к **социальной коммуникации** - специфической форме взаимодействия людей по передаче информации от человека к человеку, осуществляющейся при помощи языка и других знаковых систем.

При таком подходе **коммуникация** — это процесс обмена **смысловой информацией** между людьми (индивидами и группами) **посредством знаков и символов**, при котором информация передается целенаправленно, принимается избирательно в соответствии с определенными правилами, независимо от того, приводит этот процесс к взаимопониманию или нет .

Социальная коммуникация понимается как движение не только знаний, но и эмоциональных переживаний, волевых воздействий в социальном времени и пространстве. Примерами такой коммуникации могут выступать дружеская беседа, деловое общение, телепередача, компьютерный поиск информации и т.п.

А.Соколов выделяет четыре типа коммуникации, т. е. опосредованного и целесообразного взаимодействия субъектов:

- **материальная** (транспортная, энергетическая, миграция населения, эпидемии и др.);
- **генетическая** (биологическая, видовая);
- **психическая** (внутриличностная, автокоммуникация);
- **социальная** (общественная).

Взаимодействие может представлять собой: движение *материальных* объектов в трехмерном геометрическом пространстве и в астрономическом времени или движение *идеальных* объектов (смыслов, образов) в многомерных умоглядных (виртуальных) пространствах и временах.

Различаются три многомерных **хронотопа** (с греч. χρόνος - время, τόπος — место) — понятие, введенное в сферу гуманитарных наук, эстетики и поэтики М. Бахтиным, (хронотоп — пространственно-временные координаты):

- **генетический хронотоп**, где происходит движение биологических образов и генетических программ в **биологическом времени и пространстве** (ареале обитания данной популяции). (Связь «дети — родители» осуществляется посредством генетической информации (передаваемый объект), представляющей собой особым образом закодированную программу воспроизводства (биосинтеза, репликации) определенного организма. Специфика ситуации состоит в том, что дитя, т. е. реципиент, отсутствует до появления генетической информации и синтезируется на ее основе. Зигота, т. е. оплодотворенная клетка, знаменующая образование зародыша, еще может рассматриваться как объединение частей родительского тела в виде половых клеток — гамет, но сам ребенок является не частью своих родителей, а их подобием, точнее — биологическим образом. В данном случае цель коммуникации заключается в передаче этого образа от поколения к поколению, допустим, передача «лошадности» от лошади к жеребенку).

- **психический (личностный) хронотоп**, где бытуют смыслы, освоенные данной личностью; это область **духовной жизни**, формируемая в процессе жизнедеятельности человека;

- **социальный хронотоп**, где происходит движение смыслов в **социальном времени и пространстве**, т. е. в определенном человеческом обществе.

Последние три типа являются *смысловыми*, т. е. в качестве передаваемого сообщения выступает не данная в ощущениях вещь или вещественное свойство, а умозрительно постигаемый смысл. При этом соблюдается следующий **закон коммуникации**: сообщения смысловых коммуникаций **всегда** имеют **идеальное** (духовное) **содержание** и, как правило, **но не всегда** — **материальную**, чувственно воспринимаемую форму. Так, подражание или телепатия — это социально-коммуникационные акты, не имеющие материальной формы.

Важно обратить внимание на то, что все виды смысловой коммуникации взаимосвязаны через **личность** (человека), т. е. субъекта социальной коммуникации. Благодаря генетической коммуникации мы получаем свойственные хомо сапиенс нейрофизиологические и анатомические предпосылки мыслительной и речевой деятельности: асимметричный мозг, «речевые зоны» в левом полушарии, артикуляционный аппарат для произнесения членораздельных звуков. Ясно, что без этих предпосылок не была бы возможна ни внутриличностная, ни социальная коммуникация. Можно сказать, что наследственность «вооружает» человека для социальной коммуникации.

Внутриличностная коммуникация или автокоммуникация формируется в ходе интеллектуального становления человека в социальной среде. Говорят, что **автокоммуникация** — *интериоризованная (переход из вне во внутрь)* социальная коммуникация. Благодаря этой интериоризации взрослый человек научается облекать свои мысли, чувства, желания в коммуникабельную форму и становится коммуникантом и реципиентом осмысленных внешних сообщений. При этом **внутренняя речь** выполняет две функции: во-первых, функцию «полуфабриката» внешних высказываний, смысл которых окончательно «совершается в слове» (Л. С. Выготский); во-вторых, функцию **особого коммуникационного канала**, обращенного к «самости» личности, ее «внутреннему

голосу». Именно этот **скрытый диалог** с самим собой активизируется при восприятии произведений искусства, которые нужно не просто осмыслить как сообщение о чем-то, а **пережить как личный опыт**.

Итак, социальная коммуникация неразрывно связана с генетической и психологической смысловыми коммуникациями, которые служат ее необходимыми предпосылками, и вместе с тем она определяющим образом воздействует на становление и формирование последних. Действительно, генетически наследуемые органы мышления и речи никогда бы не возникли, если бы их не востребовала социально-коммуникационная практика; психическое развитие ребенка зависит от нахождения в социальной среде и общения с другими людьми (печальный опыт «маугли», возвращенных животными, свидетельствует об этом).

3. Социальная коммуникация, смысл, понимание. А. Соколов дает такую дефиницию понятию социальной коммуникации: **социальная коммуникация есть движение смыслов в социальном времени и пространстве**. Это движение возможно только между субъектами, так или иначе вовлеченными в социальную сферу, поэтому обязательное наличие коммуникантов и реципиентов подразумевается.

Следует отметить, что многими авторами используется *техницистская* трактовка социальной коммуникации, когда коммуникация представляется как **передача информации** от отправителя (передатчика) к потребителю (приемнику). Под информацией понимается содержание сообщения, которое кодируется, чтобы обеспечить его коммуникабельность, а сам коммуникационный процесс отождествляется с **телеграфно-телефонной моделью связи**, которая оправдывает себя в области проводной и радиосвязи, теории информации, телекоммуникации и в других технических приложениях, но она не является схемой **социальной** коммуникации, ибо закодированные сообщения движутся не в социальном, а в геометрическом пространстве.

Для более глубокого раскрытия сути дефиниции социальной коммуникации поясним три момента:

- **что есть смысл**, образующий содержание коммуникационных сообщений;
- **как** этот смысл *понимается* реципиентом;
- чем **социальное время и социальное пространство** отличаются от материального хронотопа — единства астрономического времени и геометрического пространства.

Проблема смысла

Смысл (значение), по словам С. Лема, «сущее бедствие» лингвистов, логиков, психологов, философов. Проблема смысла — бурный эпицентр многовековых споров идеалистов и материалистов, поскольку «смысл» — псевдоним философской категории «идеальное». Беда в том, что смыслы обнаруживаются не только в продуктах умственной деятельности людей, например, в психической или социальной коммуникации, но и в материальных культурных ценностях (утварь, машины, украшения и пр.). Некоторые особенно чуткие натуры видят осмысленность в природных явлениях, не зря же Ф. И. Тютчев заверил:

Не то, что мните вы, природа.

Не слепок, не бездушный лик.

В ней есть душа, в ней есть свобода,

В ней есть любовь, в ней есть язык.

Известно, что люди могут общаться не только с подобными себе одушевленными субъектами, но и с Богом, с Природой, с компьютерными сетями, и это общение не бессмысленно. Стало быть, источниками смыслов, т. е. коммуникантами в смысловой коммуникации, могут быть не только социализированные личности, владеющие устной и письменной речью, и мы не можем не учитывать этот факт.

Проблема смысла, как и проблема идеального, не решена в современной науке и философии. Это — *terra incognita* нашего познания. Не будем стремиться к ответу на вопрос: «что такое смысл вообще?» и не будем уточнять смыслы, скрытые в небесной механике, системе кровообращения и моделях атома. Нас интересуют те смыслы, которые содержатся в социально-коммуникационных соотношениях.

В целесообразной, а не хаотичной социальной коммуникации коммуниканты и реципиенты осознанно преследуют три цели:

- **познавательную** — распространение (коммуникант) или приобретение (реципиент) новых знаний или умений;

- **побудительную** — стимулирование других людей к каким-либо действиям или получение нужных стимулов;

- **экспрессивную** — выражение или обретение определенных переживаний, эмоций.

Для достижения этих целей содержание коммуникационных сообщений должно включать: **знания и умения** (коммуникант нечто знает или умеет и может поделиться этим опытом с другими людьми); **стимулы** (волевые воздействия, побуждающие к активности); **эмоции** (коммуниканту важно эмоционально «разрядиться», получить сочувствие, а реципиент ищет положительных эмоций и душевного комфорта). Именно эти продукты духовной человеческой деятельности мы называем **смыслами**. Когда речь идет о социальной коммуникации, имеется в виду движение в **социальном пространстве и времени** знаний, умений, стимулов, эмоций.

В понятие «**знание**» мы включаем не только санкционированные разумом факты и концепции, но и интуитивно принимаемые *ценностные ориентации, идеалы, убеждения и предметы веры*, ибо человек знает об их существовании в своем сознании. В понятие «**умение**» входят *нормы, навыки, методы, приемы, привычки, бессознательные установки*, определяющие действия человека в той или иной ситуации. Короче говоря, **знание** — то, что человек **думает** (содержание мышления), а **умение** — то, **как человек действует**. Принципиальная разница между **знанием** и умением та, что знание можно сообщить **устно** или **письменно**, а умение нужно **показать**, продемонстрировать, ибо описание всегда будет неполным.

Нужно отдавать себе отчет в существовании **гибридных**, промежуточных **смыслов**. Идеалы, убеждения, предметы веры — это синтез рационального, эмоционального и волевого начала; они не только признаются разумом «наилучшими», но и чувственно переживаются и способны побуждать к действию. Аналогично нормы и методы представляют собой «**инструментальное знание**» и не вписываются полностью в категорию «умения».

Начальным источником знаний, умений, стимулов, эмоций является индивидуальная психика, где эти стимулы зарождаются и движутся в психическом времени и пространстве (коммуникацию с Богом и Природой оставим в стороне). Для того, чтобы началась социальная коммуникация, коммуникант должен **опредметить**, овестествить свои смыслы, т. е. воплотить их в содержании **коммуникационного сообщения**. Коммуникационное

сообщение движется в материальном пространстве и времени, достигая в конце концов своего реципиента. Для того, чтобы завершилась социальная коммуникация, реципиенту нужно **распредметить** смысловое содержание сообщения, т. е. **понять** его и включить понятые смыслы в свою психику, точнее — в **индивидуальную память**.

Социальная коммуникация оказывается весьма сложным процессом, где происходят операции **опредмечивания и распредмечивания смыслов** и переход смыслов из психического хронотопа в материальный хронотоп и снова в психический хронотоп. Нам нет необходимости детально проследивать эти преобразования, тем более, что механизм их известен весьма схематично. Отметим очевидное. Смыслы, которыми владеет коммуникант, могут «опредметиться» **двойко**: во-первых, в виде **коммуникационных сообщений** (речь, письмо, рисунок); во-вторых, в виде **утилитарных изделий** (орудия, оружие, одежда, жилища), где также воплощены знания и умения человека. Реципиент может использовать для постижения смыслов оба вида сообщений, и в обоих случаях есть свои проблемы. Казалось бы, предпочтительнее иметь дело с устным или письменным посланием на знакомом естественном языке, специально предназначенном для восприятия его данным реципиентом. Ведь **смыслы, воплощенные в изделиях**, нужно уметь **извлечь, раскодировать и осмыслить**, что, по-видимому, сложнее чтения текста на родном языке. Однако и в последнем случае адекватное понимание проблематично. Познакомимся теперь с проблемой понимания.

Проблема понимания

До сих пор мы акцентировали внимание на смысловых процессах в сознании коммуниканта, теперь обратимся к **реципиенту**, поскольку именно он является **конечной инстанцией**, определяющей эффективность **смысловой коммуникации**.

Единственный способ **овладеть смыслами** — их **понимание**. Понимание присутствует в двух умственных процессах: в познании и в коммуникации. Когда речь идет о понимании причинно-следственной связи, устройства машины, мотивов поведения человека, особенностей сложившейся ситуации, имеет место **познавательное понимание**. Когда же речь идет о понимании **сообщения**, имеется в виду **коммуникационное понимание**. Познавательное понимание — предмет изучения гносеологии (теории познания), а коммуникационное понимание со времен античности изучается **герменевтикой**.

Герменевтика этимологически связана с именем **Гермеса**, которого древнегреческая мифология рисовала посланцем олимпийских богов, передававшим их повеления и послания людям. В обязанности Гермеса входило истолкование и объяснение передаваемого текста, ему приписывалось изобретение письма. В **Древней Греции герменевтика** представляла собой **искусство толкования (интерпретации) иносказаний, символов, произведений древних поэтов, прежде всего — Гомера**. В **христианском богословии** герменевтика ориентировалась на **толкование Библии**. Особенное значение поиску истинного смысла священных текстов придавали протестанты, которые на этой почве непримиримо враждовали с католиками, считавшими невозможным правильное понимание Священного писания в отрыве от церковной традиции.

С эпохи Возрождения герменевтическая проблематика вошла в состав классической филологии в связи с актуальными тогда проблемами понимания и включения в современность памятников античной культуры. С XIX века начался период современной герменевтики, трактуемой как **метод «вживания», «вчувствования» в духовную жизнь, в**

культуру прошлых эпох, который свойственен гуманитарным наукам, в отличие от естественных наук. Она получила статус философской науки, углубилась в **гносеологию и онтологию** (М. Хайдеггер, Г. Гадамер, П. Рикер), и коммуникационное понимание постепенно оказалось за пределами ее предмета.

Коммуникационное понимание может иметь три формы:

- реципиент получает новое для него знание; коммуникационное понимание сливается с познавательным и имеет место **коммуникационное познание**;
- реципиент, получивший сообщение, не постигает его глубинный смысл, ограничиваясь **коммуникационным восприятием** (к примеру, текст басни понят, а мораль ее уразуметь не удалось);
- реципиент запоминает, повторяет, переписывает отдельные слова или фразы, не понимая даже поверхностного смысла сообщения; тогда имеет место **псевдокоммуникация**, так как **нет движения смыслов**, а есть лишь движение материальной оболочки знаков.

Коммуникационное познание является **творческим** познавательным актом, потому что реципиент не только осознает поверхностный и глубинный смыслы сообщения, но и оценивает их с точки зрения этического долженствования и прагматической пользы.

Предлагаются разные критерии распознавания уровня понимания.

1. Американские прагматики считают **критерием поведение человека**: если один человек попросил другого выключить свет, то неважны познавательно-коммуникационные операции в головах собеседников, важно, будет ли выключен свет. Если да, то имеет место коммуникационное познание.

2. Другие ученые полагают, что сообщение понято правильно, если **реципиент** может стать **автором разумных утвердительных высказываний** по поводу его содержания, т. е. обсуждать раскрытие темы, идейно-художественные достоинства, стиль изложения, полезность сообщения и т. д.

3. Третьи отвергают столь упрощенные критерии, считая, что они не годятся для оценки адекватного понимания художественного, религиозного, научного произведения. А. Франс заметил: «Понимать совершенное произведение искусства, значит, в общем, **заново создавать** его в своем внутреннем мире». Дело в том, что глубокое понимание включает **сопереживание**, т. е. нужно не только узнать знаки и уяснить **поверхностный и глубинный смысл** сообщения, но также открыть и **пережить то эмоциональное состояние**, которое владело автором в процессе творчества. Конечно, не каждый человек обладает даром заново воссоздавать произведения искусства в своей душе.

Завышенный, практически недостижимый уровень коммуникационного познания питает **скепсис относительно возможностей понимания** людьми друг друга. Гете, изучая Спинозу, пришел к выводу: *«Никто не понимает другого; никто при тех же самых словах не думает того, что думает другой; разговор, чтение у различных людей возбуждает различные ряды мыслей»*. Нем. философ В. Гумбольдт выразился афористично: *«Всякое понимание есть вместе с тем непонимание»*. Ф. И. Тютчев, который с 1822 по 1837 г. служил в Мюнхене и, возможно, слышал о словах Гете и Гумбольдта, выразил свою точку зрения в известных поэтических строках (1830 г.):

Молчи, скрывайся и таи
И чувства, и мечты свои!
Пускай в душевной глубине

И всходят и зайдут оне,
Как звезды ясные в ночи,
Любуйся ими и молчи!

**Как сердцу высказать себя?
Другому как понять тебя?
Поймет ли он, чем ты живешь?
Мысль изреченная есть ложь.**

Маститый литературовед Д. Н. Овсянико-Куликовский утверждал, что полное понимание одним человеком другого было бы возможно лишь тогда, когда воспринимающий полностью уподобляется говорящему, теряет индивидуальные особенности своей личности. Чтобы полностью понять Пушкина, недостаточно прочесть все книги, которые он читал, нужно еще *не читать* то, что не читал он.

Наш современник Ю. Б. Борев как бы отвечает Д. Н. Овсянико-Куликовскому: *«Понимание вовсе не есть соприкосновение душ. Мы понимаем мысль автора настолько, насколько мы оказываемся конгениальны (конгениальный — близкий, сходный по духу, образу мыслей, таланту) ему... Объем духовного мира автора шире самого обширного авторского текста. Понимание имеет дело с текстом, а не с духовным миром человека, хотя они и не чужды друг другу».*

Проблему понимания усугубляет еще и тот факт, что оно всегда сопровождается **«приписыванием смысла»** со стороны реципиента. Получается ситуация **«суперпонимания»**, которую А. А. Потебня описал так: «Слушающий может гораздо лучше говорящего понимать то, что скрыто за словом, и читатель может лучше самого поэта постичь идею его произведения..., сущность, сила такого произведения не в том, что разумел под ним автор, а в том, **как оно действует на читателя**». Действительно, ученый-герменевтик может прочесть в трактате средневекового алхимика такие откровения, о которых тот и не подозревал.

Итак, проблема **коммуникационного познания** остается открытой, это еще одна, наряду с проблемой смысла, terra incognita нашей науки. Несколько лучше обстоит дело с коммуникационным восприятием. Не доходя до глубинных мотивов и замыслов коммуниканта, реципиент в состоянии поддерживать диалог с ним и даже «понимать мысль автора настолько, насколько он оказывается конгениальным ему». Что касается «псевдокоммуникации», то, вообще говоря, она — обыденное явление в нашей общественной жизни и причина многих недоразумений и конфликтов.

4. Социальное пространство и время.

Как уже отмечалось, существуют разные **хронотопы** (пространственно-временные координаты), и нужно пояснить, почему для социальной коммуникации нами выбран **социальный хронотоп**, а не материальное трехмерное пространство и астрономическое время. Ведь члены общества обитают в географическом пространстве трех измерений и время отсчитывают согласно календарям, согласованным с движением небесных светил. Зачем понадобилось из осязаемого и привычного материального хронотопа удалиться в **умозрительный хронотоп**, где нет ни линейных мер, ни обыкновенных часов? Во всем виновата **идеальная природа смыслов**, которыми оперирует социальная коммуникация. Если бы речь шла о технической коммуникации, т. е. о передаче сообщений, сигналов,

текстов, вообще — объектов, имеющих материально предьявленную форму, обращение к многомерным хронотопам было бы неуместно. **Смыслы** же принадлежат не материальной, а идеальной реальности, поэтому их **движение** нельзя проследить в земной атмосфере или измерить сверхточным хронометром. Его нужно **фиксировать идеальными, а не материальными инструментами**. Такими «идеальными инструментами» служат понятия социальное пространство и социальное время.

Социальное пространство — это интуитивно ощущаемая людьми система социальных отношений между ними. Социальные отношения многочисленны и разнообразны — родственные, служебные, соседские, случайные знакомства и т. д., поэтому социальное пространство должно *быть многомерным*. Когда говорят, что человек «пошел вверх» или «опустился на дно жизни», имеется в виду социальное пространство.

Распространение смыслов в социальном пространстве означает восприятие их людьми, находящимися в определенных социальных отношениях с коммуникантом. Коммуникант никогда не ставит целью передать сообщение из пункта А в пункт В; ему важно, чтобы смысл сообщения дошел до социально связанных с ним людей и был ими правильно понят. В противном случае получается бессмысловое взаимодействие, социальной коммуникации нет. Так, читательское назначение книги есть ее социально-коммуникационный адрес, а почтовый адрес, по которому переслали книгу, — материально-пространственные координаты читателя.

Социальное время — это интуитивное ощущение течения социальной жизни, переживаемое современниками. Это ощущение зависит от интенсивности социальных изменений. Если в обществе изменений мало, социальное время течет медленно; если изменений много, время ускоряет свой ход. Согласно **«социальным часам»**, десятилетия застоя равны году революционной перестройки.

Социальные смыслы (знания, эмоции, стимулы) обладают свойством *старения*, т. е. утрачивают ценность со временем. Но только не с календарно-астрономическим временем, измеряемым сутками, годами, веками, а с **социальным временем, измеряемым скоростью общественных преобразований**. Смыслы устаревают потому, что появляются новые, более актуальные смыслы, завладевающие вниманием общества. Поэтому одни смыслы, например математические теоремы, сохраняют свою ценность веками, а другие, например прогнозы погоды на завтра, послезавтра, никого не интересуют. **Движение смыслов в социальном времени** — это длительность сохранения смыслами своей ценности.

Изучать социальную коммуникацию как движение смыслов в социальном пространстве и времени это значит изучать, как знания, умения, эмоции, стимулы доходят до реципиентов и понимаются ими, а также как долго эти смыслы сохраняют свою ценность для общества.

5. Коммуникативное пространство и время. Помимо понятий социальное пространство и время используются категории **коммуникативное пространство и коммуникативное время**.

В коммуникативном пространстве реализуются все коммуникативные взаимодействия. Однако не следует понимать (как некоторые коммуникативисты) под коммуникативным пространством некую протяженную среду, в которой происходят 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 агентами коммуникации.* Общество создает свое коммуникативное пространство — **социальное коммуникативное пространство**, агентами которого выступают отдельные люди, группы людей (большие и малые), социальные институты. Многочисленные связи, возникающие между отдельными людьми, людьми 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 в 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* следует понимать **длительность и последовательность коммуникативных актов.** 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 и 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.

6. Коммуникация и общение

Следует заметить, что еще в XIX в. коммуникация обычно рассматривалась в ее инженерно-техническом значении как «пути, дороги, средства связи мест» (В.И. Даль), военно-инженерные коммуникации. Но уже в начале XX в. **термин обрел социальное звучание**, и нередко в литературе-встречается прямое отождествление понятий **«коммуникация» и «социальная коммуникация»**, некорректное с точки зрения терминологической, но вполне допустимое в контексте социальных исследований.

При таком отождествлении коммуникации и социальной коммуникации неизбежно возникает проблема соотношения понятий **«коммуникация» и «общение»**. Общение — понятие, давно и прочно утвердившееся в научных дисциплинах социально-гуманитарного цикла — философии, общей и социальной психологии, социологии, педагогике и др. Естественно, возникает проблема, не обозначает ли термин «коммуникация» тот же круг явлений, что и понятие «общение». Данная проблема привлекла внимание многих специалистов. В результате более или менее отчетливо определились следующие подходы к ее разрешению.

Первый подход состоит по существу в **отождествлении** двух понятий. Его придерживаются многие отечественные психологи и философы — Л.С. Выготский, В.Н. Курбатов, А.А. Леонтьев и др. В ряде энциклопедических словарей термин «коммуникация» трактуется как «**путь сообщения, общение**». Известный украинский автор, специалист в области теории общения Ю.Д. Прилюк приходит к выводу, что этимологически и семантически термины «общение» и «коммуникация» — тождественны.

Аналогичных взглядов придерживаются и такие авторитетные зарубежные ученые, как Т. Парсонс и К. Черри. По мнению первого, коммуникацию можно рассматривать как общение, взаимодействие между людьми. Черри отмечает, что коммуникация — «это в сущности социальное явление», «социальное общение» с использованием многочисленных систем связи, выработанных людьми, среди которых главными, «несомненно, являются человеческая речь и язык».

Второй подход связан с **разделением** понятий «коммуникация» и «общение». Именно такую точку зрения высказывает известный отечественный философ **М.С. Каган**. Он считает, что коммуникация и общение различаются по крайней мере в двух главных отношениях. Во-первых, **«общение имеет и практический, материальный, и духовный, информационный, характер, тогда как коммуникация... является чисто информационным процессом — передачей тех или иных сообщений»**. Во-вторых, они различаются по характеру самой связи вступающих во взаимодействие систем. **Коммуникация есть субъект-объектная связь**, где субъект передает некую информацию (знания, идеи, деловые сообщения, фактические сведения, указания и т.д.), а объект выступает в качестве **пассивного получателя** (приемника) информации, который должен всего-навсего ее принять, понять (правильно декодировать), хорошо усвоить и в соответствии с этим поступать. Коммуникация, таким образом, по мнению Кагана, является процессом **однаправленным**: информация передается только **в одну сторону**, поэтому в принципе не имеет большого значения, является ли

приемником человек, животное или техническое устройство. Если можно заменить первого последним, это и делается (например, в автоматически действующих космических лабораториях или саморегулирующихся технических системах).

Общение, напротив, представляет собой **субъект-субъектную связь**, при которой «нет отправителя и получателя сообщений — есть **собеседники**, соучастники **общего дела**». В общении информация циркулирует между партнерами, поскольку они равно активны, следовательно, процесс общения в отличие от коммуникации носит **двунаправленный характер**. **Коммуникация — монологична, общение — диалогично** (см.: *Каган М.С.* Мир общения. М., 1988. С. 143-146).

По-своему различает коммуникацию и общение известный социальный психолог **Г.М. Андреева**. Полагая, что **общение — категория более широкая**, нежели коммуникация, она предлагает выделять в структуре общения три взаимосвязанные стороны: **коммуникативную**, или собственно коммуникацию, которая состоит в обмене информацией между общающимися индивидами; **интерактивную**, заключающуюся в организации взаимодействия между общающимися индивидами, т.е. в обмене не только знаниями, идеями, но и действиями; и **перцептивную**, представляющую собой процесс **восприятия и познания друг друга** партнерами по общению и установления на этой основе **взаимопонимания**.

Наконец, в рамках второго подхода свою точку зрения, отличную от предыдущих, высказывает А.В. Соколов. Его позиция состоит в том, что **общение — это одна из форм коммуникационной деятельности**. В основе выделения этих форм лежат **целевые установки** партнеров по коммуникации. Таким образом, возникают три варианта отношений участников коммуникации:

1) **субъект-субъектное** отношение в виде **диалога** равноправных партнеров. Такая форма коммуникации и есть **общение**;

2) **субъект-объектное** отношение, свойственное коммуникационной деятельности в **форме управления**, когда коммуникатор рассматривает реципиента как **объект коммуникативного воздействия**, средство достижения своих **целей**;

3) **объект-субъектное** отношение, свойственное коммуникационной деятельности в форме **подражания**, когда реципиент целенаправленно выбирает **коммуникатора в качестве образца для подражания**, а последний при этом может даже не осознавать своего участия в коммуникационном акте (см.: *Соколов А.В.* Введение в теорию социальной коммуникации. СПб., 1996. С. 24—28). Нетрудно заметить, что в данном случае коммуникация рассматривается как понятие более широкое, нежели общение.

Очевидно, что соотношение понятий коммуникация и общение рассматривается в каждом из представленных подходов в зависимости от того содержания, которое в них вкладывается. Поэтому в одних случаях **коммуникация выступает лишь как информационная сторона, аспект общения**; в других, наоборот, **общение выступает стороной, или формой, коммуникации**.

Каждая из приведенных точек зрения по-своему отражает существенные стороны обеих категорий и их соотношение.

Не претендуя на окончательное решение данной проблемы, отметим следующее. **Инвариантом** большинства определений коммуникации выступает **понятие**

информации или информационного обмена. Общение — также процесс, имеющий ярко выраженный информационный характер. Именно поэтому в зависимости от трактовки информации мы можем получить и различные представления о коммуникации и общении.

Иногда полагают, что целями межличностного общения в общечеловеческом понимании является обмен информацией преимущественно эмоционального содержания, а целями коммуникации с точки зрения теории информации являются:

- обмен и передача когнитивной (познавательной) информации;
- формирование у потребителя информационного продукта различных умений и навыков, а также развитие профессиональных качеств;
- формирование у индивида адекватного отношения к себе, другим людям, обществу в целом;
- обмен деятельностными и инновационными приемами, средствами, технологиями;
- изменение ценностных установок и мотивации поведения;
- обмен эмоциями.

Однако такая постановка вопроса тоже является спорной.

7. Коммуникация общение и информация. **Информация** (от *лат.* — разъяснение, изложение; этимологически: — нечто упорядочивающее) в исконном значении термина — сведения, передаваемые людьми друг другу устным, письменным или другим способом. В области коммуникативистики это значение расширяется, распространяясь на обмены информацией между человеком и автоматом, автоматом и автоматом, а также на сигнальные связи в животном мире. **Кибернетики** (кибернетика — это наука об общих законах получения, хранения, передачи и преобразования информации в сложных управляющих системах) склонны рассматривать информацию (как и коммуникацию) в качестве одного из всеобщих свойств материи наряду с такими ее атрибутами, как пространство, время и движение (**информация — мера организации материи**). На основе этого появились следующие смысловые варианты понятия **информации**:

- сведения о чем-либо, передаваемые людьми;
- сигналы, импульсы, циркулирующие в кибернетических системах;
- количественная мера устранения неопределенности (в «математической теории коммуникации» Шеннона — Уивера под информацией понимается не всякое сообщение, а лишь то, которое уменьшает неопределенность у получателя. Неопределенность существует тогда, когда из-за неполноты информации возникает выбор из двух или большего числа возможностей);
- мера организации системы (сложные системы информационно более насыщены, нежели простые);
- отражение разнообразия в любых объектах и процессах живой и неживой природы. Здесь ключевое слово — разнообразие; его использование подчеркивает, что информационный обмен возможен лишь в условиях **информационного**

разнообразия и невозможен, когда такое разнообразие отсутствует (независимо от того, каков характер этого разнообразия).

Если рассматривать **информацию лишь как сведения**, которыми обмениваются люди, то необходимо признать более широкий характер понятия **«общение»**, включающего наряду с информационной стороной взаимодействия людей его интерактивную и перцептивную стороны.

Но если рассматривать **информацию как атрибутивное свойство материи**, меру ее организации, отражение разнообразия в явлениях живой и неживой природы, то тогда всякое взаимодействие в материальном мире можно описывать в терминах коммуникации. В данном случае понятие **коммуникации становится более широким, чем понятие общение.**

Третий подход к проблеме соотношения понятий коммуникация и общение основан на понятии информационного обмена. К нему склоняются те, кто считает, что **общение не исчерпывает все информационные процессы в обществе.** Эти процессы охватывают весь общественный организм, пронизывают все социальные подсистемы, присутствуют в любом, даже самом малом фрагменте общественной жизни, причем далеко не всегда облекаются в форму слова, языка или текста. Наоборот, **сообщения в вербальном** (словесном) виде составляют лишь **небольшую часть** информационного обмена в обществе, в остальных случаях **обмен информацией осуществляется в неязыковых формах**, а ее носителями служат не только невербальные сигналы (мимика, жесты, интонация и пр.), но и вещи, предметы, **материальные носители культуры.** Последние позволяют передавать информацию и в пространстве, и во времени. Именно поэтому **«общение»** обозначает только те процессы обмена информацией, которые представляют собой **специфически человеческую деятельность**, направленную на установление и поддержание взаимосвязи и взаимодействия между людьми и осуществляются прежде всего **вербально**, с помощью языка (речи или текста). Все **информационные процессы в обществе** можно обозначить термином **«социальная коммуникация»**. Таким образом, **самым общим понятием становится «коммуникация»** (информационный обмен), менее широким — «социальная коммуникация» (информационный обмен в обществе) и, наконец, наиболее узким, обозначающим особую разновидность «социальной коммуникации», осуществляющуюся на вербальном уровне обмена информацией в обществе, — **«общение».**

Контрольные вопросы для самоподготовки студентов:

1. Какие вы знаете законы коммуникации.?
2. Какие категории являются основополагающими для теории коммуникации.
3. Как соотносятся понятия общение и коммуникация?
4. Дайте определение социальной коммуникации по А. Соколову.
5. Как понимает А. Соколов понятие смысл?
6. В чем отличие социального пространства и времени от астрономических понятий?
7. Какое значение имеет для теории коммуникации понятие информации.

Литература:

1. Гавра Д. П. Основы теории коммуникации : для бакалавров и специалистов. — СПб : Питер, 2011. С.29-68.

2. Соколов А. В. Введение и теорию социальной коммуникации : учеб. пособие / А. В. Соколов. — СПб : СПбГУП, 1996. С.5-18, 130-137.

3. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации: Учебное пособие / А. В. Соколов. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2002г. С.6-21.

Лекция 4. Тема 3. Коммуникативная деятельность и общение.

План

1. Общение как вид человеческой деятельности и коммуникации по И.И Докучаеву. .
2. Коммуникативные действия и их формы по А.В. Соколову.
3. Коммуникативные действия и акты по Д.П. Гавре.

1. Общение как вид человеческой деятельности и коммуникации.

Б. Л. Пастернак

Ведь вся жизнь есть только миг,
Только растворение
Нас самих во всех других,
Как бы им в дарение.

Мы уже говорили на прошлой лекции, что . вокруг интерпретации понятий “общение” и “коммуникация” ведутся дискуссии в области коммуникативных исследований. Некоторые авторы считают, что в последнее время иностранное слово “коммуникация” заметно вытеснило слово “общение” из языка науки, образования, журналистики, что создало впечатление об отсутствии их терминологического и концептуального единства в языке науки и отсутствии сохранения принципа преемственности в разработке коммуникативного направления.

В книге “Язык и межкультурная коммуникация” С.Г. Тер-Минасова отмечает, что с расширением использования новых информационных технологий произошло переосмысление понятия “общение”, вышедшего за рамки его узкого понимания как межличностного общения. В понятие стали вкладывать смыслы, связанные с социально обусловленным процессом обмена мыслями и чувствами между людьми в различных сферах их познавательной деятельности, реализуемым, главным образом, при помощи вербальных средств коммуникации (устная и письменная речь). Общение может осуществляться не только устным, но и письменным способом, например, в виде интерактивной (онлайновой) взаимосвязи посредством Интернета двух или нескольких субъектов (переписка, взаимодействие в Сети в on-line).

Если одной из сторон взаимодействия является не человек, то правильнее будет применять термин “коммуникация”. Разве корректным будет выражение: Иван Иванович общается с обезьяной, с компьютерной системой, с Организацией Объединенных Наций? Стоит лишь заменить слово “общается” словом “взаимодействует” или выражением “осуществляет коммуникацию”, сразу же все встает на место.

С помощью различных коммуникативных средств, включая СМИ, стал возможен социально обусловленный целенаправленный обмен информацией в условиях как межличностного общения, так и массовой коммуникации. Это вызвало необходимость

разделения понятий “общение” и “коммуникация”. Нельзя же сказать: “Оратор на стадионе общается с многотысячной массой людей” (общение предполагает наличие двухстороннего равнозначного обмена информацией); “Телеведущий общается со всей целевой аудиторией одновременно”; “Автор статьи общается со всеми своими читателями”. Для обозначения контактов, осуществляемых посредством средств массовой коммуникации (в том числе с помощью СМИ), целесообразно применять понятия “коммуникация” и “взаимодействие”.

Шварков Ф.И. следующим образом определяет общение. “Общение”, представляя собой разновидность коммуникации, применяется все же исключительно для обозначения **взаимодействия между людьми**. Даже организации не общаются между собой, а взаимодействуют. Ведь нельзя сказать, что коллектив завода по производству пластмассовых изделий общается со всеми работниками торгового центра “Пластмассовые изделия”. Невозможно организовать общение сразу между всеми членами коллектива завода и торгового центра.

Правильнее полагать, что за общением в основном закрепляются характеристики межличностного взаимодействия, а за коммуникацией закрепляется дополнительное значение – информационный обмен в обществе.

Общение представляет собой социально обусловленный процесс обмена мыслями и чувствами между людьми в различных сферах их познавательно-трудовой и творческой деятельности, реализуемый главным образом при помощи вербальных средств коммуникации (к числу вербальных средств коммуникации относится как устная, так и письменная разновидности языка), но с учетом и невербальных (мимика, жесты).

В отличие от него **коммуникация** – это социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации как в межличностном, так и в массовом общении по разным каналам при помощи различных вербальных и невербальных коммуникативных средств (к числу невербальных средств коммуникации относится обмен информацией без помощи слов; это жесты, мимика, различные сигнальные и знаковые системы).

Общение как **форма межличностных отношений** происходит на трех уровнях: **коммуникативном, интерактивном** (от англ. Interaction - взаимодействие, имеющий обратную связь, диалоговый) и **перцептивном** (от латинского «perceptio»-восприятие).

Коммуникативный уровень представляет собой общение посредством **языка** и культурных традиций, характерных для той или иной общности людей. Результатом этого уровня взаимодействия является **взаимопонимание** между людьми.

Интерактивный уровень — это общение, учитывающее **личностные характеристики людей**. Оно приводит к определенным **взаимоотношениям** между людьми (обязательна *обратная реакция* на переданную информацию). **Перцептивный**

уровень дает возможность **взаимного познания и сближения** людей на этой рациональной основе. Он представляет собой процесс **восприятия партнерами друг друга**, определение контекста встречи. Перцептивные навыки проявляются в умении управлять своим восприятием, «*читать*» *настроение* партнеров по вербальным и невербальным характеристикам, понимать психологические эффекты восприятия и учитывать их для снижения его искажения. Перцептивный уровень предполагает, что в процессе наших контактов мы испытываем **эмоции** в связи с тем, что сообщает наш партнер, и какое впечатление он на нас производит.

Общение включает кроме речевой деятельности человека, визуальные и тактильные способы восприятия им информации в виде жестов, мимики, позы, интонации. Существенной особенностью этой стороны общения является то, что восприятие партнерами друг друга всегда носит **субъективный характер**, и потому подвергается влиянию многих факторов: сложившихся стереотипов, уровня культуры (как в социальной группе, так и индивидуального), личного опыта, направленности и других индивидуальных свойств.).

В процессе общения человек не только говорит и слушает, но и выражает свое **отношение** к содержанию речи и собеседнику. Он может улыбаться или хмуриться, произносить фразы в ироничном тоне или подчеркивать важность сказанного легким касанием руки партнера, кивать в ответ на услышанное в знак согласия или, наоборот, чуть откидываться, демонстрируя недоверие к чьим-то словам. Вербальный контакт дополняется **невербальной информацией**, и только в такой форме становится основой общения.

Общение относится к самой **сущности человеческого бытия**. Почти всеми исследователями общение определяется как один из видов человеческой **деятельности**, но оно отличается от других видов деятельности. Эти отличия анализирует **Докучаев И.И.**

1. Общение отличается от **познания** прежде всего основным своим **мотивом** (термин теории деятельности А.Н.Леонтьева). Познание сосредоточено на построении **объясняющей модели** объекта: оно должно описать его сущность, состав, среду, происхождение и формы бытийствования, предсказать его будущее.

2. Общение отличается и от **преобразовательной деятельности**. Преобразование основано на познании, ибо его эффективность зависит от знания преобразуемого объекта и методов преобразования. Все это не является мотивом общения.

3. Общение отличается от **ценностно-ориентационной деятельности**. Оценка является средним звеном между познанием и практикой". Общение, отличаясь от преобразования и познания, с необходимостью отличается и от ценностно-ориентационной деятельности.

4. Общение отличается и от **художественной деятельности**. Оно входит в структуру последней, но не исчерпывает ее. Художественная деятельность, согласно концепции М.С. Кагана, является **синтезом общения, познания, преобразования и оценивания**. Мотив художественной деятельности необычайно сложен и трудно поддается научному определению.

Всякая субъектно-объектная **деятельность**, и художественная деятельность здесь не исключение, **завершается в продукте**, в научной концепции, оценке, произведении искусства и его интерпретации, но **общение** не может быть завершено таким образом, общение завершается в самом общении, точнее, оно лишь **временно прекращается**. Общающиеся всегда ощущают эту **незаконченность**, болезненную прерванность ситуации **общения**. Любой поступок, кроме поступка общения, в принципе может иметь завершение, прежде всего в своем продукте, любой артефакт имеет конкретный культурный смысл, и только **произведение искусства бесконечнозначно**. И все-таки **продуктивность художественной деятельности и непродуктивность общения** существенно различают их.

Еще один важнейший тезис, характеризующий отношения общения и человеческой деятельности, заключается в утверждении принципиальной невозможности изолированного от общения протекания какой-либо иной формы деятельности. **"Общение есть необходимое условие любой деятельности человека"**

1. Общение включает в свой состав элементы **познания**. В самом деле, общаясь, мы узнаем друг друга. Это происходит в любом виде общения, не только между конкретными, здесь и теперь сосуществующими, личностями, но и в контакте с **квасисубъектами** (квази — мнимый, ненастоящий — Боги, умершие предки, литературные персонажи, «другое Я») и **субъективированными объектами** (фетиши вещей, тотемные животные, вещи, магическая природа), в приобщении к людям прошлого или к незнакомым нам лично жителям иных стран (в процессе созерцания их портретов, чтения сочиненных ими текстов).

Познание оказывается необходимым условием общения, ибо оно создает необходимый **уровень общности**, позволяющий в него вступить. С другой стороны, познание включает в свой состав элементы общения. Познание - социальный процесс. Оно протекает в условиях общения внутри определенной социальной группы, оно пользуется результатами и инструментами общения (естественным языком, профессиональной дисциплиной и т.п.). От взаимоотношений в этой группе зависит очень часто если не результат познания, то эффективный путь к этому результату. **Результат познания** только тогда становится объективным, когда относительно его достоверности в процессе общения устанавливается **консенсус всех участников**. Общение - обязательное условие **подлинного познания**, ибо отношения общения - даже в рамках полемики - предполагают уважение к позиции каждой из вступивших в диалог сторон, вне зависимости от их социокультурного и половозрастного статуса. Истина не имеет пола или возраста, она безразлична к авторитету традиции или социального статуса; и, если познание осуществлялось в условиях общения, оно оказывается ближе к истине.

2. Общение включает в свой состав элементы **преобразования**. Общаясь, мы изменяемся, мы становимся другими, мы становимся одновременно и более близкими друг другу, ибо возрастает наша общность, и более разными, ибо **на фоне Другого** каждый из общающихся лучше **осознает свою уникальную** личность. Эти изменения могут иметь и духовный, материальный характер. Общение способствует изменению и души, и тела. С другой стороны, преобразование невозможно без общения. В сложных преобразовательных процессах, требующих участия многих людей, напряжения всех их способностей, роль общения возрастает. Взаимопонимание, учет творческих способностей друг друга, то есть, характеристики общения, делают эффективными эти процессы.

3. Оценки всегда являются **фактом общения**. Общаясь, мы всегда оцениваем друг друга. Отрицательная оценка может прекратить общение, и, наоборот, положительная будет способствовать его продолжению. Исходя в своем отношении к другому из определенной оценки, мы можем замечать существующие или несуществующие его черты.

С другой стороны, общение - часть ценностно-ориентационной деятельности. Оценивание, так же как познание и преобразование, часто пользуется общением и его результатами. Оценивание с его повышенной **субъективностью** протекает в условиях общения, которое чрезвычайно важно для придания **авторитета** выносимым оценкам. Обращение одного субъекта к авторитетному другому, то есть общение, в процессе оценивания подкрепляет или лишает основания то или иное его оценочное суждение.

4. Общение выполняет одну из важнейших функций в процессах **художественной деятельности**. Сами акты **творчества и интерпретации** оказываются **формами общения**, с одной стороны, реципиента с автором и его героями, а с другой, - автора и его героев с реципиентом. Формы эти исторически изменчивы. **Автор** мог выступать в качестве одного из

героев или в качестве вымышленного посредника, своеобразной фокусирующей линзы (каковой в художественной литературе является рассказчик), направляющей взгляд и мысль реципиента, наконец, в качестве латентного (скрытого) творца, общение с которым - всегда загадка для любого читателя, слушателя, зрителя. Автор мог быть **коллективным** или мог **"раствориться" в правилах и нормах** традиционной творческой практики, он мог даже **спрятаться за авторитет** другого автора, и тогда у этого последнего возникали новые произведения, а у первого - многочисленные псевдонимы (типа "Псевдо-Плутарха", "Псевдо-Дионисия Ареопагита" и других "Псевдо-"). Реципиент тоже мог выступать как от себя лично, так и от имени той или иной социальной группы.

Художественное общение представлено и таким его сложным вариантом, каким являются **взаимоотношение автора и его героев**, а также **взаимоотношения самих героев**. М.М. Бахтин в своей знаменитой работе "Автор и герой в эстетической деятельности" (Бахтин, 1994, С. 69 - 257) продемонстрировал эти формы общения и указал на их значимость в формировании самого факта художественного произведения, его общеэстетического эффекта, функций и семантических объемов автора и его героев.

Общение - есть конкретное и целостное (духовное и практическое) **взаимодействие уникальных субъектов**, взаимопроникновение двух содержательно бесконечных форм бытия.

Докучаев И.И. полагает, что важнейшим способом построения единой теории общения является создание **ее истории**. Целостной истории общения до сих пор не существует, хотя история всех остальных сфер человеческой культуры (искусства, науки, политики, религии, материальной культуры) последовательно изучена.. Создание **истории общения** возможно только в рамках исторической культурологии. Докучаев И.И. подчеркивает, что в истории культуры следует выделять **два этапа**: этап **традиционной культуры** и этап **креативной культуры**. Каждый исторический тип общения обладает особенной структурой. Далее мы будем изучать типы общения в их историческом ракурсе.

2. Коммуникационные действия и их формы по А.В. Соколову.

Соколов А.В. определяет коммуникационную деятельность как движение смыслов в социальном пространстве. Элементарная ее часть — коммуникационное действие. **Коммуникационное действие** — завершенная операция смыслового взаимодействия, происходящая без смены участников коммуникации. Субъектами, вступившими в коммуникацию, могут преследоваться **три цели**: во-первых, реципиент желает получить от коммуниканта некоторые привлекательные для него смыслы; во-вторых, коммуникант желает сообщить реципиенту некоторые смыслы, влияющие на поведение последнего; в-третьих, и коммуникант, и реципиент заинтересованы во взаимодействии с целью обмена какими-то смыслами. Соответственно возможны **три формы** коммуникационного действия.

1. **Подражание** — одна из древнейших форм передачи смыслов, используемая высшими животными и птицами; недаром некоторые ученые считали источником подражания стадный инстинкт. Под подражанием понимается воспроизведение реципиентом движений, действий, повадок коммуниканта. Подражание может быть произвольным и непроизвольным (бессознательным). Произвольное подражание (имитация) используется при школьном

обучении, овладении технологиями, мастерством. Непроизвольное подражание — главный метод первичной социализации детей дошкольного возраста.

В общественной жизни посредством подражания происходит распространение модных новаций, популярных идей и веяний. Вместе с тем, благодаря подражанию, из поколения к поколению передаются традиции, обычаи, стереотипы поведения. Недаром в «Поучении Мерикара», памятнике египетской письменности XXII—XXIII вв. до н. э. сказано: «Подражай отцам своим и предкам своим». Можно сказать, что подражание — один из способов существования **живой социальной памяти**.

Э. Фромм среди специфически человеческих социально-культурных потребностей отмечал **стремление к уподоблению**, поиску объекта поклонения, отождествлению себя с кем-то более сильным, умным, красивым. В детстве дети уподобляются родителям, во взрослом состоянии — литературным героям, спортсменам, артистам, воинам. Эту потребность можно назвать потребностью в **кумиротворчестве** (отыскать или сотворить себе кумира).

Не следует думать, что подражание не соответствует элементарной схеме коммуникационного действия, ибо не обнаруживается явного смыслового сообщения, адресованного реципиенту. На самом деле такое сообщение, обладающее привлекательностью для реципиента, всегда есть. Реципиент целенаправленно выбирает коммуниканта и использует его в качестве источника смыслов, которые он хотел бы усвоить. Коммуникант при этом зачастую не осознает своего участия в коммуникационном действии. Подражание — это такое **объект-субъектное отношение**, где активную роль играет реципиент, а коммуникант — пассивный объект для подражания.

2. **Диалог** — форма коммуникационного взаимодействия, освоенная людьми в процессе антропогенеза при формировании человеческого языка и речи. Участники диалога относятся друг к другу как к равноправным субъектам, владеющим определенными смыслами. Между ними складывается **субъект — субъектное отношение**, а взаимодействие их носит творческий характер в том смысле, что достигается социально-психологическая **общность** партнеров, обозначаемая словом «**МЫ**».

Диалоговая коммуникация представляется как последовательность высказываний участников, сменяющих друг друга в роли коммуниканта и реципиента. Высказывание — это не слово, не предложение, не абзац, а **единица смысла**, дающая возможность ответить на него. Участники диалога совместно создают драматургический Текст, обладающий относительной смысловой завершенностью. **Относительность** завершения диалога определяется тем, что реакция на то или иное высказывание может проявиться в поведении реципиента спустя много времени. Литература, театр, лекция как раз рассчитаны на **ответ замедленного действия**. Незавершенный диалог перерастает в **коммуникационный дискурс**, охватывающий множество субъектов и продолжающийся бесконечно. Короче говоря, дискурс — это мультисубъектный бесконечный диалог.

Иногда наряду с диалогом, понимая под ним двустороннее общение, называют **полилог** — организацию многостороннего общения. Подчеркивается, что такая коммуникация носит характер борьбы за овладение коммуникативной инициативой и связана с максимально эффективной ее реализацией.

3. **Управление** — такое коммуникационное действие, когда коммуникант рассматривает реципиента как средство достижения своих целей, как объект управления. В этом случае между коммуникантом и реципиентом устанавливаются **субъект-объектные** отношения. Управление отличается от диалога тем, что субъект имеет право **монолога** (от греческого monos – один, logos – слово, речь) – это речь одного человека), а реципиент не может дискутировать с коммуникантом, он может только сообщать о своей реакции по каналу обратной связи.

Управленческий **монолог** может быть: в форме **приказа** (коммуникант имеет властные полномочия, признаваемые реципиентом); в форме **внушения** (суггестии), когда используется принудительная **сила слова** за счёт **многократного повторения** одного и того же монолога (реклама, пропаганда, проповедь); в форме **убеждения**, апеллирующего не к подсознательным мотивам, как при внушении, а к **разуму** и здравому смыслу при помощи логически выстроенной аргументации. (По цели высказывания монологическая речь делится на три типа: информационную, убеждающую и побуждающую речь).

Особой формой управленческого коммуникационного действия является **заражение**, которое стихийно возникает в массах людей. Заражение характеризуется **эмоциональным накалом и агрессивностью**. Его источниками могут быть ритуальные танцы, музыкальные ритмы, религиозный экстаз, спортивный азарт, ораторское мастерство. По-видимому, как и в случае внушения, при заражении большую роль играют **бессознательные побуждения**.

Диалог близок к поведению по схеме «**стимул—реакция**», он не требует такого уровня программирования и организации, как монологическое выступление. Поэтому именно **диалог считается первоначальной формой речи**, возникшей еще у питекантропов (1500—200 тыс. лет назад), а монологическая речь — более поздним коммуникационным достижением, требующим более высокой культуры речи и некоторых ораторских навыков.

Следует обратить внимание на то, что один и тот же **смысл может передаваться в двух или даже в трех формах**, например, обучать чему-либо можно путем **показа** (подражание), путем **инструктирования** (управление) или путем **диалогического** объяснения.

Не следует абсолютизировать границы между разными коммуникационными формами. Подражание, диалог, управление могут сливаться друг с другом, дополнять друг друга. Так, **диалог** может стать **методом управления**, например, **сократический диалог** построен так, чтобы заставить оппонента признать правоту Сократа; диалог между учителем и учеником — обычная форма педагогического воздействия. Вообще говоря, любой содержательный диалог (бессодержательная болтовня не в счет) имеет целью оказать какое-то управленческое воздействие на сознание собеседников. **Подражание** — это такой диалог, где коммуникант безучастен по отношению к реципиенту (игнорирует его), а реципиент ведет **воображаемый диалог** с коммуникантом.

Коммуникационные действия есть элементарные акты, можно сказать **атомы** коммуникационной деятельности, но используются они и в некоммуникационной деятельности (познание, труд и т.д.). Практически во всех видах коммуникационной деятельности обнаруживаются формы, рассмотренные нами, но преобладает одна из форм.

3. Коммуникативные действия и акты по Д.П. Гавре.

Гавра Д.П., характеризуя коммуникативную деятельность, делает другие акценты. Для него первоочередным является вопрос о том, когда мы можем говорить о том, что **состоялось коммуникационное взаимодействие**. **Коммуникативное действие** он определяет как действие социального субъекта, связанное с выполнением функций источника (коммуникатор) или получателя (реципиент) сообщения в коммуникативном взаимодействии.

Коммуникационное взаимодействие существует не иначе как ряд коммуникативных действий по передаче и получению сообщений. В то же время коммуникативное действие, связанное только с созданием и передачей сообщения, не является коммуникацией.

Должно ли коммуникативное действие быть исключительно интенциональным (намеренным) и сознательным или для того, чтобы коммуникация состоялась, достаточно как интенционального, так и неинтенционального коммуникативного действия?

Коммуникативное действие может быть как интенциональным (намеренным и сознательным), так и неинтенциональным (симптоматическим, рефлекторным).

Источник (коммуникатор) может действовать интенционально (намеренно) и неинтенционально, передавая сообщения как в **вербальной**, так и в **невербальной** форме.

1.Пример **интенционального вербального коммуникативного действия** источника — словесная просьба не курить в вашем присутствии или демонстрация информационной таблички, запрещающей курение в общественном месте.

2.Пример **интенционального невербального коммуникативного действия** источника — мы пожимаем плечами, когда не знаем, что ответить, либо демонстративно смотрим на часы, чтобы показать собеседнику, что пора заканчивать разговор.

Переходя к **неинтенциональным** действиям источника, заметим, что они, как правило, носят **неосознанный, симптоматический** характер. Соответствующие сообщения могут выступать в форме знаков усталости, нервности, раздражения и т. п.

3.Пример **неинтенционального вербального коммуникативного действия** источника — спонтанное использование ненормативной лексики или непроизвольный переход с «вы» на «ты» в разговоре с собеседником, занимающим низшую статусную позицию.

4.Пример **неинтенционального невербального коммуникативного действия** источника — непроизвольное зевание как знак, сигнализирующий об усталости или утомлении разговором.

Для получателя также можно выделить четыре типа коммуникационного действия: неосознанное восприятие невербального сообщения; неосознанное восприятие вербального сообщения; осознанное восприятие невербального сообщения; осознанное восприятие вербального сообщения.

Под **коммуникативным актом** следует понимать элементарную единицу коммуникации — однократное завершённое коммуникационное взаимодействие, в ходе которого осуществлены процессы его **создания, отправки и получения**.

Наиболее общий **критерий завершенности и целостности** сообщения связан с категорией смысла и может быть сформулирован следующим образом: **один смысл** есть одно завершённое целостное сообщение и, соответственно, **один коммуникативный акт**. Верна и схема: несколько отдельных смыслов — несколько сообщений — несколько коммуникативных актов.

Коммуникативное взаимодействие может состоять из одного или нескольких коммуникативных актов.

Примеры коммуникативных актов.

- Молодой человек подмигнул сидящей напротив за столиком незнакомой девушке, та состроила недовольную гримасу и приобрела независимый вид.
- Секретарша молча указала доставшему «Мальборо» посетителю на табличку, запрещающую курить в офисе, тот убрал сигареты в карман.
- Инспектор дорожной полиции жезлом приказал водителю остановиться, тот не подчинился и прибавил газ.

Теперь рассмотрим пример последовательности коммуникативных актов.

- Подмигнувший молодой человек в ответ на недовольную гримасу демонстративно раскрыл учебник и сделал вид, что ничего не произошло. И если девушка в ответ на этот жест улыбнется, то это будет уже следующий коммуникативный акт.
- Заметив, что посетитель убрал сигареты в карман, секретарша сообщает ему, что курительная комната в конце коридора.
- Увидев неподчинение команде остановиться, дорожный инспектор организовал погоню.

Возможна и ситуация одновременного присутствия двух коммуникативных актов в одном взаимодействии. Это может иметь место, когда один и тот же источник по разным каналам одновременно посылает получателю два разных сообщения. Например, когда во время важных переговоров ваш подчиненный вдруг выходит за рамки своих полномочий, вы ему ласково улыбаетесь, говорите протокольную фразу и одновременно под столом больно наступаете ему на ногу. Налицо два коммуникативных акта — вербальный с одним сообщением и невербальный с другим.

Неинтенциональный невербальный неосознанный коммуникативный акт — это такое взаимодействие источника и получателя, когда переданное невербальное сообщение ушло от источника помимо (независимо от) его сознательной воли и воспринято получателем на неосознаваемом уровне.

Примеры коммуникативных актов такого типа может привести каждый, кто наблюдал, как ведут себя незнакомые друг с другом юноши и девушки в клубе с танцполом, на дискотеке, или, как говорили их бабушки и дедушки, «на танцах». Любому случаю приглашения незнакомца на танец предшествует некоторый ряд предварительных коммуникативных актов, чаще всего реализуемых на подсознательном уровне и лишь на заключительном этапе выходящих на поверхность сознания в виде решений типа: «Она мне понравилась, я хочу ее пригласить» либо «Он мне не понравился, если он меня пригласит, я откажу».

Почему из многих незнакомых девушек, пришедших на танцы, чтобы их заметили и пригласили, молодой человек выбирает и приглашает именно эту? Если спросить у него, он ответит — не знаю, просто понравилась. Но это и будет **восприятием невербального сигнала на неосознанном уровне**. Где здесь было сообщение? Оно состояло в том, например, как, каким жестом девушка поправила прическу, как улыбнулась в ответ на шутку подруги, как наклонилась за случайно оброненным предметом. Все это были ее не адресованные никому естественные неосознанные рефлекторные действия. И ничего более в том случае, если никто на них не среагировал. Но если все эти действия в совокупности либо

какое-то одно из них были замечены молодым человеком и попали в резонанс с его подсознательным индивидуальным, возможно, если вспомнить Фрейда, восходящим к стереотипу матери, ощущением женственности, изящества и т. п., то это уже коммуникативные субстанции — сообщения. Это именно **сообщения**, потому что у них **есть получатель** и **есть эффект** — сначала неосознанная остановка внимания именно на данной девушке, а затем действие по приглашению ее на танец. При этом девушка выступает как источник неинтенционального невербального сообщения.

Неинтенциональный вербальный неосознанный коммуникативный акт — такое взаимодействие источника и получателя, когда переданное вербальное сообщение ушло от источника независимо от его сознательной воли и воспринято получателем на неосознаваемом уровне.

Примером такого коммуникативного акта может выступать взаимодействие человека, загипнотизированного с использованием какого-либо ключевого слова или выражения (получатель), и произвольного собеседника (источник), произносящего это выражение (сообщение) случайным образом, без намерения вызвать ту реакцию получателя, которая запрограммирована гипнотизером (эффект).

Интенциональный невербальный неосознанный коммуникативный акт — такое взаимодействие источника и получателя, когда источник сознательно отправляет невербальное сообщение, которое воспринимается получателем на неосознаваемом уровне.

Примеры таких коммуникативных актов связаны с **сознательным использованием людьми известных им жестов, поз, положений тела** и т. п., которые вызывают у потенциальных получателей **неосознаваемые**, но тем не менее вполне определенные **реакции** опасности, тревоги, настороженности или, напротив, открытости, доверия, дружелюбия. Как известно из теории невербальной коммуникации, чаще всего люди воспринимают язык жестов, поз, дистанций на подсознательном уровне. Но это не означает, что нельзя освоить этот язык и пользоваться им сознательно, посылая нужные сигналы своим партнерам по коммуникации, не прибегая к словам.

Интенциональный вербальный неосознанный коммуникативный акт — взаимодействие источника и получателя, когда источник сознательно отправляет вербальное сообщение, которое воспринимается получателем на неосознаваемом уровне. Примеры таких коммуникативных актов дают нам сеансы гипноза, когда гипнотизер (источник) с помощью определенных, имеющих для него смысл слов или фраз управляет поведением получателя, минуя его погруженное в сон сознание.

Неинтенциональный невербальный сознательный коммуникативный акт — взаимодействие источника и получателя, когда переданное невербальное сообщение ушло от источника помимо (независимо от) его сознательной воли, но воспринято получателем на осознаваемом уровне.

Простейший пример такого взаимодействия — вы непроизвольно зевнули во время деловых переговоров, вследствие чего ваши партнеры поняли, что вы устали, ваше внимание рассеялось, и изменили стратегию ведения дискуссии, усилив давление.

Неинтенциональный вербальный сознательный коммуникативный акт — взаимодействие источника и получателя, когда переданное вербальное сообщение ушло от источника помимо (независимо от) его сознательной воли, но воспринято получателем на осознаваемом уровне.

В качестве примера приведем ситуацию, когда попавший в чуждую среду человек, не владеющий принятым внутри этой среды жаргоном или сленгом, уже одним только своим лексиконом, построением фраз посылает сигнал собеседникам, что он для них чужой. Так бывает, когда хорошо воспитанный человек оказывается в уголовной среде или, наоборот, когда лицо, прошедшее социализацию среди уголовников и воспринимающее ненормативную лексику и блатной жаргон как языковую норму, оказывается на дипломатическом приеме или родительском собрании в аристократической школе.

Интенциональный невербальный сознательный коммуникативный акт — интенциональное невербальное осознаваемое взаимодействие, взаимодействие источника и получателя, когда он сознательно отправляет невербальное сообщение, которое получает осознанное восприятие со стороны реципиента.

Представим, что вы решили невербальным способом дать сигнал партнерам о том, что переговоры затянулись и следовало бы их на сегодня завершить. Вы начинаете зевать, смотреть на часы, подавать другие признаки утомления и усталости, партнеры осознают это и продолжение переговоров переносится на следующий день. Это именно то, чего вы добивались, причем инициатива о завершении сегодняшнего раунда формально исходит не от вас, а от другой стороны.

Интенциональный вербальный сознательный коммуникативный акт — взаимодействие источника и получателя, когда первый сознательно отправляет вербальное сообщение, осознанно воспринимаемое вторым.

Примером серии актов такого типа является чтение лекции, когда профессор имеет цель передать определенный объем знаний, а студенческая аудитория — воспринять его.

Контрольные вопросы для самоподготовки студентов:

1. Как соотносится общение с другими видами человеческой деятельности (познанием, преобразованием, художественной деятельностью)?
2. Какое место следует относить общению среди других видов деятельности.
3. Какие виды коммуникационных действий выделяет А. Соколов?
4. Приведите пример подражания как коммуникативного объект-субъектного действия.
5. Приведите пример диалога как субъект-субъектного действия по А. Соколову.
6. Приведите пример управления как субъект-объектных отношений.
7. Как рассматривает коммуникативное взаимодействие Д.Гавра?
8. Приведите примеры осознанных и неосознанных коммуникативных действий.
9. Приведите примеры намеренных и ненамеренных коммуникативных действий.

Литература:

1. Гавра Д. П. Основы теории коммуникации : для бакалавров и специалистов. — СПб : Питер, 2011. С.83-93.

2. Докучаев И. И. Основы теории коммуникации. С. 14 -20.

2. Соколов А. В. Введение и теорию социальной коммуникации : учеб. пособие / А. В. Соколов. — СПб : СПбГУП, 1996. С.18-22.

3. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации: Учебное пособие / А. В. Соколов. — СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2002г. С.22-24.

Лекция 5. Тема 3. Коммуникативная деятельность и общение.

План

1. Виды, уровни и формы коммуникационной деятельности по А.В. Соколову. Микрокоммуникация.
2. Эволюция культуры. Мидикоммуникация и макрокоммуникация.
3. Сотрудничество и конфликты в коммуникационной деятельности

1. Виды, уровни и формы коммуникационной деятельности по А.В. Соколову.

В качестве коммуникантов и реципиентов могут выступать три субъекта, относящиеся к разным уровням социальной структуры: индивидуальная личность (**И**), социальная группа (**Г**), массовая совокупность (**М**). Они могут взаимодействовать друг с другом, например **И — И**, **Г — Г**, **М — М**, или между собой, например **И — Г**, **И — М**, **Г — М** и т. д. Абстрактно говоря, получается 9 видов социальных коммуникаций. Но этого мало. Коммуникационные действия могут осуществляться в форме подражания, диалога, управления. **Диалог есть взаимодействие равноправных партнеров**, которое возможно между субъектами одинакового социального уровня, а не разных уровней, ибо разноуровневые субъекты, например **И** и **М**, не являются равноправными. Между разноуровневыми субъектами может быть подражание или управление, но не диалог равных участников.

Примем следующие обозначения. Те виды коммуникационной деятельности, где в качестве активного, целенаправленного субъекта выступает **И**, либо **Г**, либо **М**, будем называть соответственно микрокоммуникацией, мидикоммуникацией, макрокоммуникацией. Те виды, где **И**, либо **Г**, либо **М** выступают в роли объекта воздействия назовем соответственно межличностной, групповой и массовой коммуникацией, понимая под ними уровни социальных коммуникаций.

Можно выделить 7 форм микрокоммуникации, 5 форм мидикоммуникации и 3 формы макрокоммуникации. Каждая из форм проявляется на межличностном, групповом, массовом уровне.

Для полноты картины возможных форм коммуникационной деятельности следует учесть **квазикоммуникацию**, когда коммуникант обращается к **воображаемому** субъекту и обретает ощущение диалога с ним. Сюда относится феномен **фетишизации**, который Н. Д. Кондратьев описывал следующим образом: «людям начинает казаться, что вещи обладают особыми сверхъестественными свойствами быть ценностью, обладать прерогативами святости, величия, источника права и т. п. Иначе говоря, люди начинают наделять вещи физически не присущими им значительными свойствами, подобно тому, как дикари приписывали свойства всемогущего божества истуканам». **Сотворение** всевозможных «кумиров», культ **вождей** и т. д. в конечном счете имеет целью создание всезнающего и всемогущего «квазикоммуникационного» партнера.

Теперь рассмотрим более подробно перечисленные формы коммуникационной деятельности, распределив их по видам социальной коммуникации: микро-, миди-, макрокоммуникация.

Содержание **микрокоммуникации** достаточно очевидно; на межличностном уровне — это либо усвоение форм поведения, умений, внешних атрибутов выбранного образца для подражания — **копирование образца**, либо обмен идеями, доводами, предложениями между

собеседниками — дружеская или деловая **беседа**, либо указания для исполнения их подчиненному — **команда**.

На **групповом** уровне возможны **референция** (то же подражание, но не отдельному человеку, а социальной группе, с которой индивид желает себя идентифицировать, например подражание купцов дворянскому сословию или «новых русских» аристократам духа; отметим, что встречается **отрицательная референция**, когда человек сознательно избегает признаков отвергаемой им группы) или **руководство коллективом** — менеджмент, организация, лидерство в группе; наконец на **массовом** уровне коммуникационные действия служат для **социализации** — освоения человеком общепринятых в данном обществе норм, верований, идеалов, чтобы «быть как все», и **авторитаризма**, т. е. деспотического управления массами подвластных людей (абсолютизм, тирания, самодержавие — политические формы авторитаризма). Заметим, что диалогические отношения индивида с группой или массой исключаются, потому что диалог возможен только между равноуровневыми партнерами. Имитация дружеской беседы генерала с солдатами не в счет, ибо это «квазидиалог».

Возникает практически важный вопрос: можно ли **научиться микрокоммуникации**? Этот вопрос чрезвычайно значим для педагогов, деловых людей (бизнесменов), менеджеров, политиков, которые по сути дела являются **профессионалами микрокоммуникационного общения**. Интересует этот вопрос и людей, желающих иметь успех в обществе, достигать эффективного самовыражения и одобрения публики. Существует множество остроумных и занудных советов, рекомендаций, правил, например: молчи или говори что-нибудь получше молчания; употребляй расчетливо слова, не даром рот один, а уха два; сила речи состоит в умении выразить многое в немногих словах; люди слушаются не того, кто умнее других, а того, кто всех громче говорит и т. п.

Со времен античности развивается **риторика** — учение о красноречии, освещенное авторитетом Платона и Аристотеля, в XX веке в качестве научной дисциплины оформилась **стилистика**, изучающая языковые нормы и области их применения, в учебных заведениях стали преподавать **культуру речи**, а менеджеров и политиков начали обучать правилам **делового общения, социальной конфликтологии и искусству ведения споров**. Нет недостатка в методических рекомендациях. Приведем некоторые из них.

- Не совершай непонятных речевых актов; смысл речи должен быть ясным для слушающих.
- Не совершай неискренних речевых актов; речь должна соответствовать реальным мыслям, намерениям, переживаниям говорящего.
- Будь последователен и следи, чтобы последующие речевые акты были логически связаны с предыдущими.
- Речь должна быть целенаправленной, у оратора должен быть замысел, реализуемый в речи и т. д.

Особенно много полезных советов касается невербальных средств микрокоммуникации: жесты, мимика, позы, расстояние между собеседниками, громкость и интонация произнесения речи. Однако знакомство с потоками учебной, научной и практической литературы приводит к однозначному выводу: **микрокоммуникационную деятельность** нельзя «выучить» по книжкам, здесь нет готовых рецептов, потому что она представляет собой **искусство**, т. е. творчески-продуктивную, игровую, а не репродуктивно-

ритуальную деятельность. Успех всякого устного выступления или письменного сообщения зависит прежде всего **от способностей и талантов их авторов**. Допустим, можно вызубрить «Письма к сыну» английского аристократа Филиппа Честерфилда (1694—1773) или проштудировать бестселлеры удачливого бизнесмена Дейла Карнеги (1888—1955), но это не гарантирует духовной свободы, умения «завоевывать друзей и оказывать влияние на людей» или уверенности в публичных выступлениях. Тем не менее очень полезно познакомиться с этими классическими произведениями.

2. Эволюция культуры. Мидикоммуникация и макрокоммуникация.

Пять форм мидикоммуникации включают такие социально-коммуникационные явления, как **мода** — основанная на подражании передача в социальном пространстве вещественных форм, образцов поведения и идей, эмоционально привлекательных для социальных групп (отметим, что мода — продукт неокультуры, палеокультура моды не знала); **переговоры** — обычный способ разрешения конфликтов и достижения соглашений между социальными группами; **групповая иерархия** складывается в крупных учреждениях (управленцы — рабочие), в армейских подразделениях, в сословно-кастовых обществах, где контакты между группами четко регламентированы; **адаптация к среде** превращается в коммуникационную проблему для национальных диаспор, живущих среди чужеземцев; для иноверцев, например, мусульман среди христиан; для революционеров-подпольщиков и т.п.; **руководство обществом** осуществляется со стороны творческих групп, генерирующих мировоззренческие смыслы, определяющие духовную (не материальную!) жизнь общества. Остановимся подробнее на этой форме мидикоммуникации.

Мировоззренческие смыслы — это знания, объясняющие наблюдаемые явления, происхождение человека и Вселенной, смысл человеческой жизни, идеалы, нормы и стимулы социальной деятельности. Социальные группы, вырабатывающие эти смыслы и коммуникационные сообщения, в которых они запечатлены, оказываются **в центре** духовной жизни общества. Эти центры смещаются по ходу социально-культурной эволюции.

Культура всякого сообщества людей представляет собой, **во-первых, культурное наследие**, т. е. совокупность искусственных **социальных смыслов** (культурных **ценностей**), как овеществленных (изделия), так и неовеществленных (идеи); **во-вторых**, деятельность по созданию, хранению, распространению и освоению культурных ценностей, называемую **культурной деятельностью**. Короче: культура = культурное наследие + культурная деятельность. Культурная деятельность, в свою очередь, является суммой: **творчество** (создание культурных ценностей) + **социальная коммуникация** (хранение и распространение созданных ценностей) + **практическое использование** (освоение) этих ценностей. Таким образом, **социальная коммуникация** — необходимый аспект, **неотъемлемая часть культуры**, и эволюция человеческой культуры есть в то же время социально-коммуникационная эволюция.

Эволюцию культуры можно представить в виде следующих пяти стадий, где неизменно присутствуют коммуникационные аспекты:

0. **Пракультура** (1,5 млн. лет назад — 40 тыс. лет назад) — период антропосоциогенеза, время формирования хомо сапиенс как биологического вида, когда предками человека (питекантропы, неандертальцы) были освоены средства культурной деятельности: **каменные орудия и членораздельная речь**. 40 тыс. лет назад на планете появился современный человек (неантроп), творец и создатель собственно культуры.

I. **Археокультура** (40 тыс. лет назад — III тыс. лет до н. э.) — период каменного века (верхний палеолит, мезолит, неолит), когда в первобытных общинах получила развитие не только материальная культура в виде «**каменной индустрии**», но и духовная культура в виде **магических культов, мифологии, изобразительного и музыкального искусства**. Образование в IV — III тыс. до н. э. локальных цивилизаций и изобретение письменности знаменовали переход к стадии палеокультуры.

I.I. **Палеокультура** (III тыс. лет до н. э. — XV в. н. э.) — время возникновения мощных восточных цивилизованных государств, расцвета античной культуры, и сменившего ее средневековья. Вехами культурного прогресса человечества на этой стадии являются: **иероглифы** на стенах древнеегипетских пирамид — **алфавитное письмо** — Александрийская библиотека — **печатный станок** И. Гутенберга. Изобретение Гутенберга положило в Западной Европе начало новой стадии — стадии неокультуры.

III. **Неокультура** в разных регионах наступила в разное время (некоторые африканские и азиатские страны и в наши дни остаются на палеокультурном уровне), но для культурного лидера — западноевропейского мира стадию неокультуры можно датировать XVI веком — эпохой **Высокого Возрождения** и Реформации, за которыми последовали век Просвещения (вторая половина XVII — XVIII вв.) и XIX век — век индустриализации. К неокультуре относится и XX век, но уже в конце века в развитых странах появились признаки наступления постиндустриальной эры, которую логично связать с новой, пока еще гипотетической стадией культурной эволюции.

IV. **Постнеокультура** — это компьютеризированный мир с мультимедийными глобальными коммуникационными каналами и с культурным наследием, хранящимся в распределенной памяти компьютерных сетей. Короче: это время господства электронных коммуникаций, вытеснивших документную коммуникацию на периферию общественной жизни.

Легко заметить, что на всех стадиях эволюции культуры неизменно прослеживалась **закономерность**: совершенствование коммуникационных средств сопровождалось общественным прогрессом (иногда даже предопределяло его), а общественный прогресс, в свою очередь, стимулировал развитие коммуникации. Но эта закономерность осознавалась обществом по-разному на разных стадиях.

В дописьменной археокультуре, где устная коммуникация служила главным способом хранения и распространения культурного наследия, существовало **обожествление Слова**. Слову приписывалась магическая сила, оно требовало осторожного и уважительного обращения. Н. С. Гумилев в известном стихотворении «Слово» обрисовал этот культ следующим образом:

В оный миг, когда над миром новым
Бог склонял лицо свое, тогда
Солнце останавливали словом,
Словом разрушали города.
И орел не взмахивал крылами,
Звезды жались в ужасе к луне,
Если, словно розовое пламя,
Слово проплывало в вышине.

Обожествление слова означало **обожествление Коммуникации**. Жрецы Древнего Египта и Месопотамии, освоившие письменность («иероглиф» означает «священное

письмо»)), способствовали трансформации культа Слова в **культ Книги**. Священные писания мировых религий не что иное, как результат коммуникации пророков со Всевышним. Всякая **религия начинается с коммуникации**, недаром «**религия**» в переводе с латыни значит «**связь**», но для священнослужителей коммуникация была (и остается) предметом культа, а не предметом исследования.

Возвращаясь к мировоззрению. **Археокультуре** свойственен **мифоцентризм**, хранителем которого была каста жрецов, владевшая священным эзотерическим знанием. Для **палеокультуры** характерен **религиоцентризм**, в русле которого находились литература, искусство, образование, философия. Западноевропейская **неокультура** с XVII века (век гениев-универсалов) развивалась под эгидой светского знания во главе с **философией** и в XIX веке постепенно перешла к **наукоцентризму**. Ученые-физики, экономисты, политологи определяли духовный климат в демократических западных странах. Иначе дело было в **России**.

Неокультурная модернизация началась, как известно, с бурной реформаторской деятельности Петра I, которая в более мягкой манере была продолжена Екатериной II. Главной военно-политической и экономической силой российского общества XVIII века было дворянство. После 1761 г., когда согласно указу Петра III «О вольности дворянства», подтвержденному Екатериной, это сословие было освобождено от обязательной государственной службы и получило свободу рук для культурного творчества, была создана роскошная, блестящая, хотя и поверхностная дворянская культура, золотой век которой начал Н. М. Карамзин, а закончил М. Ю. Лермонтов. В духовной жизни России XVIII — первой половины XIX века сложилось характерное «**двоецентрие**»: один идеологический центр — православная церковь (вспомним уваровскую триаду «православие, самодержавие, народность»), а другой центр находился в Западной Европе, откуда русские дворяне черпали то идеи Вольтера и Руссо, то либерализм мадам де Сталь и Бенжамена Константа, то утопический социализм А. Сен-Симона и Ш. Фурье.

Однако с пушкинских времен в духовной жизни России стало происходить явление, неведомое Западной Европе — центром духовной жизни *сделалась художественная литература*, а талантливые литераторы — писатели, поэты, критики стали «властителями мировоззренческих дум» русского общества, учителями и пророками. Вторая половина XIX века — эпоха русского **литературо-центризма**. К этому времени относятся хорошо известные слова А. И. Герцена: «У народа, лишенного общественной свободы, **литература** — **единственная трибуна**, с высоты которой он заставляет услышать крик своего возмущения и своей совести. Влияние литературы в подобном обществе приобретает размеры, давно утраченные другими странами Европы». Общеизвестная роль литературы в подготовке общественного мнения к отмене **крепостного права** (Д. В. Григорович, И. С. Тургенев, Н. А. Некрасов), в зарождении и развертывании нигилизма, народничества, толстовства, эмансипации женщин, героизации образов самоотверженных боевиков подпольной России. Складывается характерная для **критического реализма** тенденция учительства, проповедничества, обличительства. Литературоцентризм стал школой воспитания разночинной интеллигенции, расшатавшей колосс русского самодержавия.

Явление **литературоцентризма** в русской истории интересно и поучительно в связи с тем, что оно показывает **революционный потенциал**, скрытый в недрах казалось бы самого

мирного и безобидного социально-коммуникационного института — художественной литературы.

Советское время — господство **политикоцентризма**, содержание которого определялось группой руководящих коммунистических идеологов. На основе ленинского принципа **партийности** была создана гигантская **пропагандистская система**. Эта система обладала следующими чертами:

- допускался только **управленческий монолог**, излагающий идеологически выдержанные истины; сомнения, возражения, инакомыслие, плюрализм безоговорочно исключались, поэтому поля для диалога не было;

- **централизованное управление**, обеспечивающее согласованность и координированность всех воздействий на массовое сознание;

- мобилизация всех коммуникационных ресурсов: средств массовой коммуникации, художественной литературы, кино, изобразительного искусства, театра;

В результате обеспечивалась высокая эффективность коммунистического воспитания человека новой формации — **хомо советикус**. Хомо советикус — **продукт советской коммуникационной системы**, ее родное детище, выращенное на плодородной почве **социальной мифологии**. Дело Ленина—Сталина, коммунистическое будущее человечества, партия — ум, честь и совесть эпохи, враждебное окружение и шпиономания, — это были сильные мифы, идеологически обеспечивающие и культ личности Сталина, и сплоченность народа в годы предвоенных, военных и послевоенных испытаний.

Макрокоммуникация

Макрокоммуникационные формы коммуникационного взаимодействия, названы **заимствование достижений, взаимодействие культур и информационная агрессия**, хорошо просматриваются в тысячелетней истории взаимодействия государства Российского и Европы. Причем легко замечаются колебания от подражания к диалогу и обратно. Информационная агрессия — явление относительно новое, появившееся лишь в XX веке.

Крещение Руси в конце X века — бесспорный акт **макрокоммуникационного подражания**. Время Киевской Руси, Владимиро-Суздальского княжества, удельных междоусобиц и татаро-монгольского ига — это период **«смирennemудного ученичества»** у болгар и греков, когда русский книжник был «нищим духом, побиравшимся под окнами европейских храмов мудрости плодами чужого труда, крупичками с духовной трапезы, на которой ему не было места» (В.О.Ключевский). Но постепенно русская церковь обрела свои права духовного палеокультурного центра и высвободилась из-под опеки константинопольских патриархов. В 1346 г. московским митрополитом стал не грек, присланный из Царьграда, а русский человек Алексей. В 1380 г. Сергей Радонежский благословил Великого князя Московского Дмитрия на битву с Мамаем. XV век — время обретения Московским государством политической самостоятельности и самостоятельности идеологической, ибо константинопольская церковь, оказавшись с 1453 г. на территории Османской империи, капитулировала перед папством.

Русские «смирennemудрые ученики», ободренные недавними победами над татарами, отказались от унии с латинянами и решили служить православию по-своему. В начале XVI века возникает **идея русского мессианства** — **«Москва — третий Рим»**, зреет **национальная гордыня**. Русские «книжные мужи», по словам того же Ключевского, начали поучать: «Братия! не высокоумствуйте; если кто тебя спросит, знаешь ли философию, ты

отвечай: ни еллинских борзостей не знах, ни ритарских астрономов не читал, ни с мудрыми философами не бывах, философию ниже очима видех». Прежде русский книжник любил переведенные с греческого статьи по разным отраслям знания: по минералогии, логике, медицине, риторике, теперь он неистово кричал: «Богомерзостен перед Богом всяк любяй геометрию; не учен я словом, не обучался диалектике, риторике и философии, но разум Христов в себе имею». Иван IV, затеявший Ливонскую войну за выход к Балтийскому морю и собравшийся жениться на Елизавете Английской, конечно, считал себя не учеником европейской премудрости, а равноценным партнером всякого монарха. **Московия была готова к диалогу культур.**

XVII век — время постепенного сближения с Европой. В Москве появляется Немецкая слобода, полки иностранного строя, вольнодумные русские вельможи типа А. Л. Ордин-Нащокина одевают дома европейское платье, царских детей обучает выпускник Киевской академии, бывший иезуит Симеон Полоцкий. Однако национального достоинства русские люди не теряют. **Петровские преобразования — безусловное ученичество**, новое «побираие под окнами европейских храмов мудрости», новая фаза заимствования.

Немецкое засилье приняло такие размеры, что русские гвардейцы охотно отдали корону очаровательной Елизавете главным образом за то, что она «дщерь Петрова». Но малограмотных русских дворян неодолимо влекли прелести европейской цивилизации, и не случайно Д. И. Фонвизин вложил в уста Иванушки (комедия «Бригадир») признание: «тело мое родилось в России, но дух мой принадлежит короне французской». Европа XVIII века подарила культурной элите русского дворянства, во-первых, **атеистическое просвещение в духе Вольтера и Дидро** и, во-вторых, **масонство, ориентированное на духовно-мистические поиски.**

Кровавая французская революция вызвала отрицательную реакцию в русском обществе и привела к разочарованию в идеалах Просвещения. Макрокоммуникационное подражание стало затухать. В 1795 г. Н. М. Карамзин с горечью писал в «Переписке Мелидора к Филарету»: «Где люди, которых мы любили? Где плод наук и мудрости? Век просвещения, я не узнаю тебя; в крови и пламени, среди убийств и разрушений я не узнаю тебя... Я закрываю лицо свое». Павел I, борясь с революционной заразой, запретил ввозить иностранные книги в империю Российскую. Агрессивные наполеоновские войны и Отечественная война 1812 г., казалось бы, должны окончательно отдалить Россию от безумной Европы, но русское офицерство возвратилось из заграничных походов с критикой не Европы, а своего Отечества. Декабристы были русскими патриотами, но мыслили они по западным образцам.

В 40-е годы сложились и начали открыто соперничать два течения русской мысли: **западничество и славянофильство**. Спор между западниками и славянофилами — это борьба двух **макрокоммуникационных идеологий**. **Славянофилы** утверждали право России на равноправный **диалог** с Западом и видели миссию России не в том, чтобы завоевывать Европу грубой жандармской силой, а в том, чтобы **сообщить ей новые смыслы** (православная этика, соборность, альтруизм), которые излечат дряхлеющую и загнивающую Европу от немощи.

Западники подчеркивали принадлежность России к западной культуре и призывали воздерживаться от высокомерного духовного сепаратизма и по-прежнему охотно воспринимать достижения европейского прогресса, особенно в части науки, техники, демократии, эстетики.

Николаевская официальная идеология, усвоившая роль «жандарма Европы», видела в западной культуре рассадник крамолы, который следует беспощадно пресекать. Порочность этой идеологии показала Крымская война. Реформы Александра II — модернизация по западному образцу; контрреформы Александра III — попытка «подморозить» Россию в духе православия, самодержавия, народности, но было уже поздно. Маятник русской истории стремительно двигался на Запад.

Либерализм, конституционная демократия, социал-демократия, марксизм — все это не российские, а **импортные плоды**. Пожалуй, только анархизм, украшенный именами М.А. Бакунина и П.А. Кропоткина, — отечественное произведение. Большевики начали строительство коммунизма по марксистскому сценарию, разработанному не для России, а для индустриально развитой Европы. Сценарий пришлось капитально переработать, и вот маятник истории уносит Советский Союз в неизведанные дали. Мы не можем копировать ни буржуазную демократию, ни буржуазную культуру, ни буржуазную науку, мы пойдем своим путем, мы догоним и перегоним Америку и Европу. Военная победа, а затем — железный занавес, борьба с космополитизмом и низкопоклонством перед Западом, идеологически выдержанный национализм по-советски. Здесь уже нет коммуникационного диалога; **это информационная агрессия**.

Советский Союз всегда вел активную наступательную идеологическую борьбу с любыми некоммунистическими доктринами. Роль коммуникантов на международной арене играли Коминтерн (III-й Коммунистический Интернационал, созданный в 1919 г., распущенный в 1943 г.) и «братские коммунистические партии», существовавшие в большинстве стран мира. Убедительным доводом в пользу «преимуществ социализма» стала победа СССР в Великой Отечественной войне. Этот довод был в полной мере использован коммунистической пропагандой; в послевоенные годы треть мира имела советскую ориентацию.

Но не дремали и идеологические противники страны Советов. С 1946 г. началась **холодная война, которая была подлинной информационной войной**, войной за доверие и симпатии мирового сообщества. Это был **конфронтационный диалог**. Одна за другой следовали умело спланированные пропагандистские кампании, где использовались венгерские события 1956 г. и «пражская весна» 1968 г., космические полеты и спортивные достижения, олимпийские игры и молодежные фестивали, война во Вьетнаме и война в Афганистане. Борьба шла на равных, но в 70-е годы США удалось переиграть советских стратегов. Советский Союз был втянут в изнурительную гонку вооружений, в провокационную программу «звездных войн». Экономическое истощение, усугубленное бездарностью стареющего политбюро, привело к падению авторитета страны, к утрате завоеванных позиций. Холодная война закончилась **поражением СССР**, поражением не на полях сражений, а в **виртуальном пространстве информационных войн**. Конфронтация СССР—Запад завершилась. На смену ваимдействию, как во времена Петровы, пришла **ученическая формула подражания**.

Следует обратить внимание, что понятия микро-, миди-, макрокоммуникация *не совпадают* с понятиями межличностная, групповая, массовая коммуникация, хотя и пересекаются с ними. Из 7 видов микрокоммуникации только 3 относятся к межличностному уровню, а макрокоммуникация представлена только в трех случаях из семи на уровне массовой коммуникации. В связи с этим уточним предмет **теории массовой коммуникации**.

В случае массовой коммуникации в роли **коммуникантов** выступают технически оснащенные «специализированные институты» в виде прессы, кино, радио, телевидения, а в роли **реципиентов** — **массовые аудитории**. Подобное коммуникационное взаимодействие характеризуется формулой Г у М (руководство обществом), и именно **проблемы социального управления**, как пишет Л.В. Петров, «создания единого социального поля» являются главным предметом теории массовой коммуникации. Таким образом, эта теория изучает не все формы массовой коммуникации, а *только одну ее форму*, которую можно назвать *миди-массовой коммуникацией*.

3. Сотрудничество и конфликты в коммуникационной деятельности Наиболее «миролюбивой» формой является **подражание**: здесь нет почвы для конфликтов во всех видах коммуникации (микро-, миди-, макро-).

Наиболее «**воинственной**» формой следует признать **управление**, где представлены такие способы императивного принуждения, как приказ, цензура, информационная война, контрпропаганда, культурный империализм и другие отвратительные явления коммуникационного насилия. Правда, все большее распространение в современных демократических обществах получает манипулятивное управление, подменяющее конфликтогенное командное принуждение мягкими психологическими технологиями, создающими у реципиента иллюзию свободы выбора и сотрудничества с коммуникантом (реклама, паблик рилешенз, имиджмейкерство).

Диалоговая коммуникация в наибольшей степени соответствует социально-психологической природе людей и поэтому она приносит наибольшее удовлетворение участникам. Именно диалог, образуя общность «МЫ», создает почву для совместной творческой деятельности, для дружеского общения, для раскрытия и развития личностного потенциала партнеров. Диалог на уровне микрокоммуникации становится формой душевной дружбы и эффективного делового сотрудничества, что не отрицает принципиальных споров и расхождения во мнениях. На уровне мидикоммуникации возможно диалогическое сотрудничество между различными социальными группами, в том числе — диалог с властью, что опять-таки не отменяет соперничества и полемических дискуссий между оппонентами. Для достижения национального согласия и международного сотрудничества решающее значение имеет макрокоммуникационный диалог, участниками которого становятся народы, государства, цивилизации.

Христианская проповедь любви к ближнему, по сути дела, ратует за «диффузное» дружеское слияние. П. А. Флоренский пояснял: «Всякий внешний ищет моего, а не меня. Друг же хочет не моего, а меня. И апостол пишет: «Ищу не вашего, а вас» (2. Кор. 12,14). Внешний домогается «дела», а друг «самого» меня. Внешний желает твоего, а получает из тебя, от полноты, т. е. часть, и часть эта тает в руках, как пена. Только друг, желая тебя, каков бы ты ни был, получает в тебе все, полноту и богатеет ею». Израильский философ Мартин Бубер (1878—1965), акцентируя различия между диалогом (субъект-субъектное отношение) и управлением (субъект-объектное отношение), постулирует два типа отношения человека к окружающей действительности: а) отношение «Я—ТЫ», предполагающее «перетекание из Я в ТЫ», подлинное понимание и взаимность общающихся людей; б) отношение «Я—ОНО», когда человек, будучи субъектом сознания и действия, воспринимает окружающие его предметы и других людей в качестве безличных объектов, служащих для утилитарного использования, эксплуатации, манипулирования. Бытие людей делится таким образом на

диалогическое существование, когда разворачивается диалог между личностью и окружающим миром, между личностью и Богом, и монологическое (эгоцентрическое) существование. Полноценная реализация личности, — утверждает М. Бубер в своем учении, именуемом «диалогическим

персонализмом», — возможна лишь в первом случае. Таким образом, формы коммуникационной деятельности приобретает мировоззренческое звучание.

Разные литературные стили по разному взаимодействуют с читающей аудиторией (от подражания, управления до диалога).

Древнерусские житийные писания (жития святых отцов), так же как романтические (Дж. Байрон, А. Бестужев-Марлинский, М. Лермонтов) и утопическо-публицистические произведения (Н. Чернышевский, П. Лавров, Н. Островский) предлагали своим читателям образцы для подражания, референтную группу, тем самым управляя их поведением.

Просветительская и критико-реалистическая литература, начиная с Н. М. Карамзина и заканчивая М. Горьким, культивировала субъект-объектные отношения с «другом-читателем», что соответствует формуле сотрудничества. В модернизме, эпатазирующем читающую публику (вспомним «Пощечину общественному вкусу») и исповедующим самоочарованный эгоцентризм, действует схема управления, но с конфликтующим содержанием. Социалистический реализм, пропагандировавший партийные доктрины, действует как и средства пропаганды, стремящиеся наладить сотрудничество с реципиентами.

В отличие от предыдущих эстетических стилей, где автор неизменно считал себя пророком, учителем жизни, «гением» (модернизм), в современном русском постмодернизме автор воздерживается от управленческого монолога и приглашает читателя участвовать в интеллектуальной игре с текстами. При этом в качестве обязательного условия подразумевается знание читателями тех «первичных текстов», тех «цитат», из которых постмодернист конструирует свое «вторичное» произведение.

Постмодернизм реализует диалоговое сотрудничество элитарных писателей и элитарных читателей.

Проблемы сотрудничества и конфликтности до последнего времени не были предметом пристального внимания наших ученых. Правда, нельзя не вспомнить этические идеи теоретика анархизма Петра Алексеевича Кропоткина (1842—1921). В противовес социал-дарвинизму, сводившему закон борьбы за существование к безнравственной войне «всех против всех», Кропоткин отстаивал **принцип универсальной кооперации** в природе и обществе, взаимопомощь как фактор эволюции. Ссылаясь на институт общительности, т. е. врожденную потребность в общении, Кропоткин объяснял происхождение родовых общин, трудовой кооперации, культурного прогресса и будущее коммунистическое общество. В первые годы Советской власти Алексей Капитонович Гастев (1882—1941), русский ученый и поэт, выступил в качестве основателя Центрального института труда (1920 г.), где развивалась методология научной организации и культуры труда, уделявшая немалое внимание коммуникации между сотрудниками. Идеи этой методологии получили развитие в эргономике — науке, изучающей взаимоотношение «человек — орудие труда», и в современной теории менеджмента.

В 90-е годы приобрели актуальность не проблемы творческой кооперации, а проблемы урегулирования конфликтов. Оказалось, что конфликты — неизбежный спутник

общественной жизни, представленный на всех уровнях социальной коммуникации — межличностном, групповом, массовом. Сформировалась конфликтология, представляющая собой одну из прикладных социально-коммуникационных дисциплин. Предметом конфликтологии являются супружеские конфликты, трудовые конфликты, межэтнические и политические конфликты и другие конфликтные ситуации. Теоретическим и методологическим фундаментом при изучении как сотрудничества, так и конфликтности является социальная психология, где проблема общения всегда занимала центральное место.

Контрольные вопросы для самоподготовки студентов:

1. Дайте характеристику микрокоммуникации на разных уровнях взаимодействия (подражания, диалога, управления).
2. Какие коммуникационные явления включает мидикоммуникация?
3. Дайте характеристику макрокоммуникационных процессов взаимодействия на уровне подражания, диалога и управления.
4. Что такое информационная агрессия на уровне макрокоммуникации?
5. Как соотносятся подражание, диалог и управление с сотрудничеством и конфликтами.

Литература:

1. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации: Учебное пособие / А. В. Соколов. – Спб.: Изд-во Михайлова В. А., 2002г. С.24-35.

Лекция 6. Тема 3. Коммуникативная деятельность и общение.

ПЛАН

1. Игра как творческое коммуникационное действие.
2. Псевдоигра как нетворческое коммуникационное действие.
3. Правда и ложь в коммуникации.

1. Игра как творческое коммуникационное действие

Проблематика игры отражена в трудах Йóхан Хейзинги — нидерландского философа, историка, исследователя культуры, автора трактата «Человек играющий».

Игра, с точки зрения исследователя, гораздо старше культуры, ибо понятие культуры предполагает человеческое сообщество, а игра наблюдается еще в среде животных. Тем не менее по мнению Хейзинги, в игре есть нечто выходящее за пределы непосредственного стремления к поддержанию жизни. Сущность игры содержит нематериальное начало.

И. Хейзинга доказывает, что игра относится к сфере **иррационального**, поскольку игра есть и у животных. Сфера ее действия не ограничивается только человеческим обществом. Существование игры не связано ни со степенью культуры, ни с формой мировоззрения. Отделяя культурологическое понятие игры от игры животных и детских игр, Хейзинга определяет игру следующим образом: **игра** возникает как некая заданная величина, **предшествующая самой культуре, сопровождающая** и пронизывающая ее от истоков и по сей день. Игра присутствует в культуре как определенное **поведение, отличное от обыденного поведения в жизни.**

Так, наиболее заметные первоначальные проявления общественной деятельности человека уже пронизаны игрой, например язык. Любой языковой образ является ни чем иным, как **игрой слов**". **Мифология** также пронизана игрой, поскольку она "является **образным претворением бытия**, только более подробно разработанным, чем отдельное

слово". Это же касается и **религиозного культа**: архаические общества делали свои священнодействия в процессе чистой игры. Таким образом, по мнению Хейзинги, в мифе и культуре посредством игры **зарождаются право и порядок, коммуникации, предпринимательство, ремесло, искусство, наука, поэзия**; все они ведут свое происхождение из игрового начала, свойственного поведению человека.

Итак, **"культура возникает в форме игры, культура изначально разыгрывается**. И те виды деятельности, которые прямо направлены на удовлетворение жизненных потребностей, например, охота, в архаическом обществе находят себе игровую форму. В играх общество выражает свое понимание жизни и мира. В двуединстве культуры и игры **игра является первичным фактом**.

Всесторонне изучив феномен игры, Й. Хейзинга выделил следующие ее **признаки**:

- игра - **свободное действие**; игра по принуждению не может оставаться игрой;
- игра - **выход из повседневной жизни**; точнее, она находится на грани между обыденностью и трансценденцией; не будучи обыденной жизнью, она стоит вне процесса непосредственного удовлетворения нужд и страстей.
- игра замкнутая, ограниченная, она "разыгрывается" в **определенных границах** места и времени, ее течение и смысл заложен в ней самой;
- игра устанавливает **порядок в жизни и искусстве**. Эта глубокая связь с идеей **порядка** является причиной того, что игра в значительной степени находится в сфере эстетического. Игра призвана **эстетизировать** действительность, она склонна быть красивой;
- одним из важнейших признаков игры является **напряжение**; именно этот признак придает игре тот или иной эстетический смысл, поскольку напряжение игры пробует силы игрока;
- каждая игра имеет свои **правила**; эти правила **бесспорны и обязательны**; все игроки должны их соблюдать, поскольку стоит игроку отойти от правил, как вся игра разрушится;
- существенным признаком игры является то, что игроки создают новое **сообщество - группу**, которая сохраняет свой состав и после окончания игры;
- наконец, еще одна важная черта игры - ее обособленность, выраженная в **таинственности**. В подтверждение своей мысли Хейзинга приводит как доказательство игры первобытных народов, например обряд инициации, окруженный таинственностью, недопущением женщин к участию в них. Тайна игры обнаруживается также и в том, что игроки передеваются, ведь маска представляет совсем другое существо.

Таким образом, игра, по концепции культуры Й. Хейзинги, - это некоторая **свободная деятельность**, которая осознается как **"понарошку"**, не связанная с повседневной жизнью, однако способна полностью **захватить игрока**; которая **не обуславливается** никакими **ближайшими интересами**; которая происходит в специально отведенном пространстве и времени, упорядочена в соответствии с определенными правилами и вызывает к жизни общественные объединения, стремящиеся окружить себя тайной, подчеркнуть свою необычность своеобразной одеждой и обликом.

Игровой характер имеет такая высокая и сакральная реальность как **религиозный культ**. Игровой характер может быть присущ возвышенным действиям - **актерской игре**,

музыкальном исполнении, спортивным соревнованием. Возникает вопрос, насколько ритуал жертвоприношения, характерный практически для всех религий, остается в пределах игры. Автор "Человек играющего" считает, что священнодействие по своей форме является игрой, поскольку оно переносит всех участников в другой мир, отличный от обычного. Здесь И. Хейзинга ссылается на Платона, который провозглашал тождество игры и священнодействия как данность. Поэтому "жить нужно играя в добрые игры, принося жертвы в пении и танцах, чтобы можно было снискать расположение богов, а врагам дать отпор и победить их в бою".

Не только религиозный культ, но и **правовая сфера**, по мнению Хейзинги, тесно связанные с игрой. На первый взгляд, право, закон и судопроизводство чрезвычайно удалены от сферы игры. Однако необходимо отметить, что правовая сфера имеет **характер соревнования**. Например, судебный спор сторон для греков - своеобразная **битва**, обусловленная жесткими правилами, что происходит в освященных формах, где две стороны, которые борются, призывают к решениям третейского судью. Из агональной сущности спора проистекает все его последующее развитие, и этот состязательный характер продолжает жить в нем и до сих пор. Место для осуществления правосудия - это **священное место**, отгороженное от обычного мира; это, по сути, **магический круг, игровое пространство**, внутри которого люди временно становятся неприкосновенными. Судьи по сей день своей одеждой подчеркивают свою обособленность от повседневной жизни, а судейская парик является чем-то большим, чем пережитком древнего церемониального одежды. По своей функции она может считаться близким родственником ритуальных масок первобытных народов. Целью судебной процедуры во все времена была **победа**. Поэтому в судебном состязании агональный элемент всегда был доминантным. **Система правил судебного поединка**, таким образом, полностью входит в рамки хорошо организованной игры.

Некоторые признаки игры есть и **в бою**. Бой всегда предполагает наличие правил, ограничений, рамок, которые придают ему игровой характер. По сути, **война имеет игровую природу**, поскольку в ней участвуют противоположные стороны, претендующие на равенство и равноправие друг относительно друга. В войне превалирует **состязательность**, которая вступает в действие в ту минуту, когда стороны начинают видеть друг в друге противника, который борется за то, на что каждый имеет право.

Одной из форм соревнования в древних культурах был **поединок**. В ранний период Нового времени такой поединок превратился в дуэль, что имела чрезвычайно кровавые формы.

Дуэль, по сути, - это ритуальное игровое действие, регламентация внезапного убийства, вызванного безудержным гневом. Место столкновения - игровое пространство, равенство сторон определяется правилами, одинаковым оружием, подается знак к началу и прекращению дуэли, предлагается количество выстрелов. Появления крови уже достаточно для выполнения требования "оплаты" поруганной чести.

По мнению Хейзинги, война в архаической культуре имеет сакральный и агональный характер, поскольку рассматривается как священный долг и разыгрывается в определенных формах.

Вообще, соревнования может принимать различные формы - это божий суд, пари, судебное разбирательство, дуэль, принесение обета или разгадывание загадок. Во всех этих формах оно, по сути, остается игрой.

Состязательность как важнейшая социокультурная свойство проявляется не только в правовой и военной сферах. Сферы **знания и мудрости** также испытали на себе это свойство. Для **архаической культуры** человека **знать** что-то - значит **иметь** над этим **власть**. Для нее любое упорядоченное знание священное, это **тайное и волшебное знание**. Культура как человеческая жизнедеятельность ничем другим не оберегается настолько надежно, как знанием человека о священных вещах и их тайных имен, знанием о происхождении мира. **Соревнования в сакральном знании** укоренены в самых глубинах религиозного культа и являются его существенной составляющей. Вопросы, которые жрецы по очереди или по вызову задают друг другу во время жертвоприношения, в полном смысле слова являются **загадками**, а по форме и направленности подобны загадкам, которые загадывают в совместной игре.

Анализируя взаимосвязь культуры и игры, Хейзинга не может оставить без внимания вопрос их **будущего**. Здесь ответ Хейзинги довольно **пессимистический**. С его точки зрения современный мир потерял представление об игре как высшей, свободной деятельности, в процессе которой человек создавал собственный мир и сам устанавливала правила. Такая игра стала достоянием прошлого. Вообще, в прошлом, в древних культурах игры было больше. В современном обществе игра утратила свои позиции. **Современного меркантильного человека интересует не сама игра, а та выгода**, которую победитель может получить от своего триумфа. Даже спорт потерял свое игровое содержание, он не похож больше на спорт античного мира, который имел благородную состязательность, создавая стиль и культуру.

Итак, игра представляет собой **общение** между людьми. По Соколову А.В. Оно может осуществляться в **трех вариантах**:

- Игра в рамках несловесной (невербальной) коммуникации, например, **спортивные игры**.
- Игра в рамках словесной (вербальной) коммуникации, например, **языковые игры** вроде кроссвордов и ребусов.
- Игра, сочетающая словесную и несловесную коммуникацию, например, **драматическое представление**.

Но **сущность игры не исчерпывается коммуникацией**, игра не только передача смыслов, но и **создание новых смыслов**. Поэтому игра — **творческо-коммуникативное действие**.

Игра — **непременный спутник** развития человечества. На стадии **археокультуры** игры выполняли чрезвычайно важные функции. Они использовались для **социализации** подрастающего поколения (особенно — обряд инициации), для **подготовки к коллективной охоте, для тренировки**. Но учебно-тренировочные функции были не главными в древней игровой деятельности; главное поле игры — это **праздники, ритуалы, первобытное искусство** (танцы, музыка, петрография, мифы). Все эти занятия связаны с созданием, хранением, распространением и освоением смыслов, т. е. представляют собой творческую и коммуникативную деятельность.

В коллективных играх первобытный человек постигал **чувство единства с коллективом**, приобщался к **социальной памяти** общины и сам пытался сделать свой вклад в эту память.

Становление **палеокультуры** привело к формированию социально-культурных институтов — религии, искусства, образования, литературы, наконец, науки и журналистики; **игра** была вытолкнута в **досуговую среду** как некое несерьезное занятие. Но у всех народов игры сохранились в форме **праздников**, имеющих сакральное значение общения с божественными силами, а также бытового праздничного общения.

Коммуникационная **значимость олимпийских игр** и грандиозных праздников императорского Рима несомненна: это были форумы для общения граждан и передачи традиций из поколения в поколение.

Христианская культура осуждала бесовские игрища; Христос никогда не смеялся и нет иконописных изображений улыбающихся святых или великомучеников. Но и в темные века Средневековья, наряду с ритуально-строгими церковными праздниками, процветали **рышарские и поэтические турниры, маскарады, практиковались карнавалы, корриды, народные праздники**, уходящие корнями в жизнерадостное язычество.

В палеокультуре намечилось разделение культурной деятельности на два русла: **народная культура**, носившая **игровой характер**, и **элитарно-профессиональная культура**, руководствовавшаяся неигровыми нормами и стандартами. Обе культуры обеспечивали движение созданных ими смыслов в социальном времени и пространстве.

Неокультура раскрепостила народные массы, у трудящихся появился **досуг** и вместе с ним — повышенный спрос на развлечения, игры, зрелища. В XX веке развернулась **индустрия досуга**, которая оккупировала все коммуникационные каналы и средства: газетно-журнальное и книжное дело, театр и кино, радиовещание и телевидение. Игровая сущность этой индустрии очевидна: ее машины производили не материальные блага, а предметы развлечения, заполняющие досуговое время праздных людей. К двум разновидностям культуры — народной и элитарной — добавилась третья разновидность — **коммерческая массовая культура** — характерная примета зрелой неокультуры.

Постнеокультура, располагающая мультимедийными компьютерными средствами, обогатила рынок развлечений **компьютерными играми**. Компьютерные игры быстро сделались очень популярны: социологи установили, что американцы ежегодно расходуют на компьютерные игры больше долларов, чем на покупку звукозаписей, билетов в кино и театр, вместе взятых. Компьютерные игры с детских лет сопровождают подрастающее поколение, вызывая, с одной стороны, гиподинамию, атрофию опорно-двигательного аппарата и мышечной мускулатуры, с другой стороны, — быстро **развивая интеллект**, т. е. **логическое мышление и воображение человека**. Компьютерный игрок привыкает перемещаться из одного виртуального мира в другой, быстро воспринимать незнакомые ситуации и адаптироваться к ним. В бурно изменяющемся обществе XXI века развитая интеллектуальная гибкость обеспечит приспособление к новым, неожиданным реалиям. Компьютерные игры выполняют таким образом **функцию социализации молодежи в постиндустриальном обществе, подобно археокультурным мистериям**.

Актуализация игровой индустрии обусловлена немислимым ранее объемом **потоков информации**, пронизывающих сознание современников, а также взаимопроникновением и взаимообогащением разных культур.

К примеру, **игровой элемент в журналистской практике**. Это и всевозможная игра с заголовками, создание смысловых планов, ассоциативных связей, это и различного рода языковые абсурды: от простейших каламбуров до, например, сложных анекдотических вставок. Реципиент, читатель, при получении информации дополнительно получает удовольствие оттого, что разгадывает «ход» журналиста, знает первоисточник.

Помимо обычного развлечения, цель которого привлечь аудиторию, наладить контакт, помочь легче усвоить информацию, игровой элемент, как правило, бессознательно используется, дабы аудитория как-то иначе взглянула на суть той или иной проблемы.

Практически во всех сферах человеческой деятельности возникает необходимость освоить **игровые коммуникации**, приобретать новые навыки и делать необычные вещи, которые кинопродюсеры, шоумены и редакторы телеканалов делают ежедневно уже многие годы. Чтобы потребитель получал удовольствие, а не раздражение от рекламного вмешательства, нужно искать непривычные формы привлечения и удержания потребительского внимания. Бестселлер 1937 г. **Д. Карнеги** «Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей», по сути **игровой аспект коммуникационных технологий**.

Даже по названию глав видна значимость культуры общения (Ни о чем не просите. Просите совета, а не добивайтесь контракта. Сочувствие: краеугольный камень доверия. Восприимчивость: откройте окно в свой внутренний мир. Доверительность: закон хранилища. Любопытство: умение задавать вопросы. Щедрость: изучите нужды людей. Скромность: дар объективного восприятия. Чувство юмора: живите весело. Искусство быть благодарным). В своем высшем уровне общения, уровне пентхауза, основанном на умении давать, а не получать, звучат понятия сопереживания, доверия и преданности, умения поставить себя на место другого, возможно непривычные для делового или, скажем, научного сообщества и требующие особого внимания для анализа современных и игр, и коммуникаций.

В итоге **игры переходят** от своей в большей мере развлекательной функции к **функции коммуникативной**. Игры становятся одним из видов общения. Естественно, что развлекательный компонент игр сохраняется. Игра как категория и в современном обществе может рассматриваться в качестве одного из наиболее фундаментальных жизненных элементов. Игра – это и особая форма наслаждения. Игра противопоставляется обыденности, утилитаризму. Человек выбирает себе товарищей, друзей, близких чаще всего из числа тех, кто играет в те же игры. В этом и состоит личностное значение игр.

Итак, творческо-коммуникационную миссию создания и передачи общественно признанных смыслов в социальном пространстве и времени игры выполняют со времен палеолита до наших дней. Но чем игры отличаются от других видов социально-культурной деятельности, в чем их непреходящая прелесть?

1. Всякая **игра есть свободная деятельность**, игра по приказу — не игра, в крайнем случае — имитация игры. Свободно войдя в игру, человек может столь же свободно из нее выйти. То, что может быть прекращено по желанию участников — игра; не игра — то, что нельзя прекратить по желанию. Кокетство есть игра, а любовь — нет; юридические законы — игра, законы природы — не игра.

2. Игра не преследует получение материальных продуктов, подобно труду, но она не бесцельна. **Целью игры является выигрыш**, который может носить морально-эмоциональный или материальный характер; в общем случае важнее **морально-**

эмоциональные стимулы, утрата которых приводит к вырождению игры в неигровое занятие.

3. Достижение выигрыша требует нетривиальных, новаторских решений от игроков, поэтому игру можно квалифицировать как **творческую продуктивную** деятельность. В процессе игры не только передаются, но и создаются новые смыслы.

4. Игра как «царство свободы» **противостоит обыденной реальной жизни** как царству необходимости. Демонстративное **инобытие игры** обусловливается **замкнутостью игрового пространства** (храм, арена, экран, учебная аудитория, служебный кабинет и т. п.); **регламентированием времени** — устанавливаются начало и конец игры, периоды ее повторения; **использованием костюмов, паролей, масок; обособлением игроков, ограниченностью их круга** посвященными в «тайну» игры; незыблемостью добровольно принятых правил. Но может не быть никаких демонстративных признаков, напротив, **игра может маскироваться**, что характерно для лицемеров, соблазнительей, обманщиков и прочих злоумышленников.

5. Благодаря свободе, творческой обстановке, гармонической упорядоченности, отрыву от обыденности игра создает временное, ограниченное совершенство в хаосе повседневной жизни. Она в состоянии зачаровать людей, удовлетворяя их **эстетическую потребность**.

6. Игра представляет собой непредсказуемое, но **справедливое испытание силы, упорства, отваги, находчивости, воли, интеллекта, обаяния, эрудиции игроков**, и тем самым удовлетворяет этическую потребность; поэтому так возмущают неправильное судейство, жульничество, нечестная борьба, оскорбляющие чувство справедливости.

В итоге получаем следующую **дефиницию**: Игра есть творческое (продуктивное) духовное общение независимых субъектов, осуществляемое в рамках добровольно принятых или условных правил и обладающее этической и эстетической привлекательностью.

Духовное общение всегда имеет коммуникационную сторону, т. е. связано с передачей известных смыслов; **творческое общение в виде игры** предполагает не только коммуникацию известного, но и **производство новых смыслов**. Поэтому игра — творческое коммуникативное действие.

Игра является **двусторонней**, если между игроками существуют субъект-субъектные отношения, характеризующиеся непринужденностью, заинтересованностью, готовностью соблюдать **правила игры**. Но она может быть и **односторонней**, если не все вовлеченные в игру участники желают стать игроками или отдают себе отчет в том, что они участвуют в каких-то играх. Тогда имеют место субъект-объектные или объект-субъектные отношения, в силу которых участники-объекты становятся **жертвами обмана, мистификации**, заблуждения и вместо выигрыша обретают разочарование.

Нетрудно понять, что в **двусторонней игре** имеет место коммуникационный **диалог**; односторонние **субъект-объектные** отношения свойственны **управлению**, где субъект «играет» с объектом, как **кошка с мышью**; односторонние объект-субъектные отношения присущи подражанию. Таким образом, игровые ситуации хорошо коррелируют с формами коммуникативных действий. Этот вывод подтверждает типизация игр.

Всякая игра целесообразна, но цели, преследуемые играющими субъектами, могут быть разными. В зависимости от цели игры делятся на четыре типа:

- **Игра-маскарад**, заключающаяся в том, чтобы скрыть подлинные намерения, действительное состояние играющего субъекта, его личность. Целью игры в этом случае является **манипулирование партнером**, зрителями, публикой, управление ими желательным образом. Игра-маскарад используется в микрокоммуникации — психотехника Д. Карнеги — яркий тому пример, в партийной пропаганде, в информационных войнах. Ясно, что игра-маскарад — это односторонняя игра.
- **Игра-иллюзия** — другой пример односторонней игры, но только игры субъекта с самим собой, **самоманипулирование**. Цель состоит в уходе в виртуальные фантастические миры в поисках психической разгрузки, гедонистических переживаний, в бегстве от обыденной обязательности. Игра-иллюзия по-видимому лежит в основе фольклорного творчества, чтения запоем литературы, и в основе компьютерных игр, увлекающих сказочной фантастичностью своих виртуальных миров.
- **Игра-разгадка** заключается в познании, раскрытии, разоблачении действительной, но скрытой, замаскированной сущности человека, события, загадочного объекта. Здесь возможны три случая, которые представляют собой разные варианты объект-субъектных отношений: объект умышленно вовлекается в игру самим субъектом с целью распознавания его сущности; объект специально предлагается разгадывающему, субъекту (реципиенту), чтобы он проявил свою догадливость, эрудицию, интуицию, например шарады, загадочные рисунки и т. п.; субъект использует объект для подражания ему.
- **Игра-состяжание** («агональная» игра от лат. «агон» — публичное состязание, публичный бой) представляет собой двустороннюю игру, субъект-субъектный **диалог**, суть которого состоит в борьбе с целью добиться победы, доказать свое превосходство. Сюда можно отнести азартные игры, лотереи и т. п., представляющие собой «игру с судьбой». Главный выигрыш состоит в чувстве **самоутверждения**, удовлетворения, **восторге победы**, хотя многих участников, например профессиональных спортсменов, не оставляют равнодушными и сопутствующие материальные призы.

Привлекательность игровой деятельности заключается в **непредвиденности конечного результата**, в том творческом вкладе, который должен внести субъект, чтобы снять эту неопределенность. Как уже отмечалось, всякая игра есть деятельность творческая, но лишь фигурально можно сказать, что всякое творчество есть игра физических и духовных сил человека-творца. Творчество распространяется не только на игру, но и на неигровую трудовую и духовную деятельность. Например, технические изобретения и законотворчество диктуются объективными обстоятельствами, а не бескорыстной жадой самовыражения. Вместе с тем бывает так, что игровая деятельность утрачивает творческую составляющую и вырождается в псевдоигру.

2. Псевдоигра как нетворческое коммуникационное действие

Псевдоигра — это игра, **утратившая творческую составляющую**, но сохранившая коммуникационную составляющую, заключенную в игровой форме. Псевдоигра не обладает непринужденностью, добровольностью, непредсказуемостью результата, наоборот, — она представляет собой обязательную последовательность predetermined действий, отступления от которой не допускаются. Эти действия есть коммуникационные вербальные или невербальные действия, лишенные творческого содержания. **Псевдоигры делятся на трудовую повинность и ритуал.**

Псевдоигровая трудовая повинность осуществляется под действием внешнего принуждения (обязанность, долг, насилие). Так актер, утративший вдохновение, вынужден преподнести зрителям псевдоигру, ибо не может покинуть сцену. Актерская игра превращается в трудовую повинность, для выполнения которой требуется не новаторски-продуктивная, а подражательно-репродуктивная деятельность, которая создает видимость игрового, даже театрализованного действия. Другой пример — студент, заставляющий себя путем зубрежки осваивать неинтересный для него учебный предмет.

Игровую форму можно, заимствуя театроведческий термин, назвать перформанс, т.е. способ исполнения, преподнесения реципиентам какого-либо смысла. В перформансе приоритет имеют не слова, а невербальные действия, поведение участников. Перформансная коммуникация используется не только в театре, но и в массовых праздниках и карнавалах, политических шоу и демонстрациях, фирменных презентациях и рекламных кампаниях, но областью ее зарождения были священные ритуалы и дворцовые церемонии.

Ритуалы делятся на **обрядовые и повседневные**. Обрядовый ритуал первоначально представлял собой священнодействие, мистический диалог со сверхъестественными силами. Ясно, что такой диалог — дело серьезное, от которого зависит благополучие общества. Поэтому серьезное содержание облекалось в театрализованный перформанс, чтобы сделать его приятнее для божественных реципиентов. Поскольку **импровизация исключалась**, религиозный ритуал изначально был обязательным служением, а не свободной игрой. Изощренные церемониалы были разработаны в палеокультуре для общения с «земными богами» — различными владыками.

Впоследствии под ритуалом стали понимать строго соблюдаемую традиционную обрядность любых общественных действий, например праздничные шествия и собрания, свадебные торжества, похороны и т. п. **Обрядовые ритуалы** не имеют таких признаков игры, как творческие новации, свободный вход и выход, непредсказуемость результата, но сохраняют эмоционально-этическую привлекательность благодаря яркой игровой форме (перформации).

Обрядовый ритуал приближается к игре-иллюзии, ибо ему свойственна функция социального **самоманипулирования, сглаживания социальных различий и конфликтов, демонстрация солидарности и единства** (которых в реальной социальной жизни почти всегда нет). Его можно назвать «псевдоигрой-иллюзией», разыгрывающей традиционные сюжеты в заранее заданных обстоятельствах. Именно поэтому ритуальное поведение народных масс усиленно насаждалось **тоталитарными режимами** в качестве перформансов, подтверждающих лояльность режиму (парады, митинги, демонстрации и т.п.).

Повседневный ритуал или **этикет** — это стандартная, устойчивая норма обыденного общения людей, принятая в данной культуре. При этом предполагается, что ритуально-этикетное поведение — лишь **формальная процедура, не раскрывающая подлинных чувств и замыслов участников**. Поэтому и говорят: «для него это только ритуал», подразумевая если не прямое лицемерие и притворство, то во всяком случае несоответствие внутреннего мира и внешнего перформанса.

Ритуально-этикетные нормы играют большую роль в культурном общении. Феномен такта есть ритуализация повседневности. Тактичный человек не вставит в разговор реплику о собственной личной проблеме, даже если она для него в тысячу раз важнее темы светского беседы. Он не обратит внимания на неуместную реплику или бестактный поступок другого.

В отличие от обрядовых ритуалов, представляющих собой «псевдоигру-иллюзию», обыденный этикет сближается с «псевдоигрой-маскарадом».

Из сказанного вытекают два вывода:

- **Псевдоигра** — выработанное обществом коммуникационное средство для **сохранения и передачи во времени значимых смыслов**; это весьма важный элемент **социальной памяти**, действующий на всех стадиях развития культуры — от археокультуры до постнеокультуры.
- Двусторонняя игра, имеющая диалоговую коммуникационную форму, является первоисточником важнейших культурных смыслов. И. Хейзинга, знаменитый нидерландский культуролог, не без основания утверждал: «в мифе и в культе рождаются великие движущие силы культурной жизни: право и порядок, общение, предпринимательство, ремесло и искусство, поэзия, ученость и наука. Поэтому и они уходят корнями в ту же почву игрового действия».

3. Правда и ложь в коммуникационной деятельности

Смыслы (знания, умения, эмоции, стимулы), которые коммуниканты сообщают реципиентам, не всегда бывают правдивыми, искренними, достоверными. **Ложь, обман, иллюзия, коварство** — это **коммуникационные явления**, они не существуют вне социальной коммуникации. Звери не предаются и не обманывают друг друга; у них нет «инстинкта лжи и коварства», а разум их недостаточно развит, чтобы изобретать то, чего нет на самом деле. Правда, они практикуют в межвидовой борьбе различные «военные хитрости», чтобы сбить с толку врага и сохранить свою жизнь, например мимикрия, запутывание следов и т. п., но в целом зоокоммуникация всегда правдива.

Простодушные хомо сапиенс в эпоху каменного и бронзового века не знали воровства и вероломства, они наивно верили каждому слову, а уж тем более клятве, не имели запоров на дверях, не ревновали своих жен и доверительно общались с одухотворенной природой. Однако в военном деле допускались провокации, засады, даже клятвopреступления (вспомним удельную Русь), а мифы, сказки и фольклор служили источниками художественного вымысла и воображаемых миров.

Развитие цивилизации и коммуникации, появление городов, торговли, ростовщичества, чиновничества, письменности, изобразительного искусства способствовали разращению мудреющего человечества. Маркиз Л. Вовенарт (1715—1747), современник Вольтера, весьма им ценимый, горестно заметил: «все люди рождаются искренними и умирают лжецами». Граф Оноре Мирабо (1749—1791) объяснил, почему так получается: «Быть искренним в жизни — значит вступить в бой с неравным оружием и бороться с открытой грудью против человека, защищенного панцирем и готового нанести вам удар кинжалом». Оскар Уайльд ту же мысль выразил более лаконично «немного искренности — опасная вещь, много же искренности — безусловно роковая». Возникает безотрадная картина социальных коммуникаций, насыщенных обманом, клеветой, фальшью, заблуждениями, лицемерием. Попытаемся разобраться в запутанной проблеме правды и лжи.

Феномен обмана и лжи присущ обществу людей. С одной стороны, ложь всегда осуждается, как тяжкий грех. С другой стороны, ложь лжи рознь, она многолика и непреодолима. Действительно, при извлечении выгоды за счет нанесения вреда другому человеку (организация финансовых пирамид, всякие лохотроны, «наперсточники» у метро, гадалки, деятельность сект) — сопоставимо с воровством. Но обман без нанесения вреда

другому и без извлечения выгоды (разновидности самооправдания своих слабостей, шалостей, неудачных действий или выражений) воспринимаются терпимо. А обман в пользу другого человека, ложь во благо или во спасение (врач не рассказывает истинного состояния здоровья больному или стереотипный этикет) – считается нравственно обоснованной коммуникацией, обычной ложью нашей эпохи.

Не лгут только маленькие дети и дураки. Как утверждают психологи, среднестатистический человек лжет 170 раз в день. Причем зачастую мы этого даже не замечаем, ложь слетает с наших губ произвольно, и мы даже **не осознаем, что солгали**. Произносятся такие привычные для нас фразы как: «Ты прекрасно выглядишь!», «Я тебе скоро перезвоню», «Очень вкусно!», мы часто так не считаем, то есть попросту лжем. Человек, потерявший способность говорить неправду, не может сделать комплимент не очень привлекательной женщине, не может оправдаться за опоздание, теряет чувство юмора, становится скучным занудой. То есть получается, что без лжи, даже самой невинной, нам не обойтись в повседневной жизни. Обман в человеческой жизни – не только норма диалога души с телом, но и ценность воспитания и самовоспитания: «...тьмы низких истин мне дороже нас возвышающий обман», – пишет А. Пушкин, или: «Ах, обмануть меня не трудно! Я сам обманываться рад!».

Когда коммуникант «владеет» информацией, а реципиент – нет, коммуникация приобретает модус «объект-субъект», причем «объект» рискует стать объектом манипулирования. Но существует некоторый набор рекомендаций **выявления дезинформации**:

1. Неопределенность, неконкретность передаваемых сведений.
2. Чрезмерная, нарочитая точность описания событий (особенно отдаленных по времени).
3. Совпадение в мельчайших деталях сообщений нескольких опрашиваемых.
4. Отсутствие в описании несущественных подробностей и деталей.
5. Различное объяснение одних и тех же событий на разных этапах общения.
6. Исключительно позитивная информация о самом себе и отсутствие малейших сомнений в трактовке событий.
7. Настойчивое, неоднократное инициативное повторение каких-либо утверждений.
8. Оговорки в ходе общения, то есть невольное сообщение достоверной информации как следствие конфликтного соперничества в сознании человека правдивых и ложных вариантов объяснения или описания события.
9. Не типичные для данного человека (с учетом уровня общего развития и образования) выражения, термины и фразеологические обороты;
10. Обедненность эмоционального фона высказываний.
11. Неуместные, неоднократные ссылки на свою добропорядочность и незаинтересованность.
12. Уклонение от ответа на прямой вопрос.
13. Сокрытие того, что не может быть не известно.
15. Разброс интервалов времени между вашим вопросом и началом ответа на него.

Коммуникационная деятельность есть духовное общение социальных субъектов, которое включает два духовных процесса: **устную коммуникацию** и **перцепцию**. Кроме того, к общению относится совместная материально-трудовая деятельность партнеров по общению. Отсюда следует, что источниками лжи могут быть:

- речь — недостоверная коммуникационная деятельность;

- имидж партнера — результат ошибочной перцепции;
- нарушение сотрудничества — результат злонамеренной интеракции (взаимодействие).

Злонамеренная интеракция или **коварство** — это участие в материальной деятельности с целью не допустить успешного ее завершения, например шпионаж, провокация, предательство. Злонамеренная интеракция предполагает маску (личину), скрывающую подлинные намерения шпиона или предателя и обеспечивающую ошибочную перцепцию, а также вводящие в заблуждение коммуникационные действия, прежде всего речь, исключаящую разоблачение. Разновидностью коварства является **вероломство** (клятвopреступление) — **нарушение принятых на себя обязательств, использование во вред доверия реципиента**. Коварство и вероломство — это социальные действия, выходящие за рамки коммуникационной деятельности, хотя и включающие в свой состав некоторые коммуникационные действия.

Следует различать **истину** как бесстрастное и адекватное отражение событий и явлений реального мира и **правду**, связанную с осознанием коммуникантом моральной ответственности за свои высказывания. Надо отметить, что это различие не свойственно западноевропейским народам, но издавна бытует в сознании русских людей.

В русском менталитете укоренилось представление о том, что истина, не связанная с добром и справедливостью, это ущербная истина и даже, может быть, вообще не истина. Разумеется, речь идет об истине не в естественных науках или математике, а об **истине в социальной жизни**, где истина, точнее правда, служит мотивом тех или иных поступков. Не случайно русские этические философы Н. К. Михайловский и Н. А. Бердяев использовали в своих трудах понятия «**правда-истина**» и «**правда-справедливость**», отдавая предпочтение последнему. Подытоживая мнения, можно констатировать следующие различия между «правдой» и «истиной»:

1. **Истина** — это категория логики и теории познания, выражающая **соответствие наших знаний о мире самому миру**. **Правда** — категория психологии взаимопонимания, выражающая не только соответствие знаний миру, но и **отношение человека к истинному знанию**. **Истину мы познаем, а правду понимаем** (не только умом, но и чувствами). Правда всегда содержит зерно истины, без этого она не может быть правдой. Но этого зерна еще недостаточно. Правда — это такая истина, которая получила субъективную оценку, **моральную санкцию общества**. Это обстоятельство приводит к тому, что при осмыслении одной и той же истины возможно появление различных вариантов правды.
2. Мотивы высказывания истины и правды различны. **Мотив** обнародования **истины: очищение общественного знания от заблуждений**. Мотивы высказывания правды зависят от **личных целей коммуниканта**, которыми могут быть: а) **корыстная цель** — получение каких-либо благ — славы, ореола «правдолюбца», уничтожение соперника; б) **самоутверждение**, выражение своего кредо, «лучше горькая правда, чем сладка ложь»; в) педагогическо-**воспитательная цель**: искреннее убеждение, что правда будет способствовать нравственному совершенствованию реципиента; г) **самосовершенствование** посредством высказывания правды, несмотря на возможные неблагоприятные последствия.
3. Для русского человека правдой является только та истина, в которую он **верит**; как бы ни были убедительны доказательства истинности сообщаемого факта, факт не воспринимается русским как правда, пока он в него не поверит. Главное препятствие для веры в правдивость сообщения заключается в том, что оно не соответствует представлениям о **должном**, т. е. о

том, что может и должно произойти в данной ситуации. Противоречие между разумом и чувствами становится психологическим барьером из-за которого истина воспринимается как ложь.

4. Многие реципиенты предпочитают оценивать правдивость сообщения в первую очередь по **критерию справедливости**, т. е. с точки зрения собственных идеальных отношений между людьми, а не по критерию объективной истинности.

В метатеории социальной коммуникации можно принять следующую **дефиницию: правда** — достоверное и субъективно мотивированное сообщение коммуниканта, не противоречащее этическим представлениям реципиента. Это сообщение может представлять собой текст («сказать правду») или действие («поступить по правде»). Понятие истина приложимо только к тексту.

Антипод правды — **неправда** (фальшь) проявляется в трех разновидностях. Во-первых, неправда как **заблуждение**: коммуникант верит в реальность существования чего-то, но ошибается; в результате он говорит неправду, вовсе этого не желая. Во-вторых, **полуправда** — сообщение, сочетающее верные и неверные сведения вследствие ограниченности знания, неполноты владения ситуацией, доверия ненадежным источникам, например слухам. В-третьих, **ложь** — **умышленное искажение** сведений. По словам Августина, «ложь — это сказанное с намерением сказать ложь». Обратим внимание на то, что с формально-логической позиции все три разновидности неправды равноценны в том смысле, что не соответствуют реальному положению дел; иное дело этика: с этической позиции ложь осуждается как аморальный поступок, а заблуждение может быть оправдано.

В коммуникационной деятельности правда используется при **управлении и диалоге**, имеющих мотивацию **сотрудничества**; **ложь** применяется в **конфликтных ситуациях нечестного спора** или **корыстного управления реципиентами**. **Обман** (мошенничество) — коммуникационное **управление посредством лжи или полуправды**. Например, реципиенту сообщается полуправда с расчетом на то, что он сделает ошибочные, но соответствующие намерениям мошенника выводы. Говорится, что в финальном забеге советский спортсмен занял почетное второе место, а его соперник пришел предпоследним, но не сообщается, что всего было два участника. Следовательно, мошенник-коммуникант может избегать откровенной лжи, но дать реципиенту искаженную картину действительности.

Обман — близкий родственник коварству и вероломству, но он относится к сфере текстов, а не действий.

Успешный обман обычно основывается на эффекте обманутого ожидания. Обманщик учитывает **ожидания реципиента**, подбрасывая ему ложную, но ожидаемую информацию.

Вспомним А. С. Пушкина:

Ах, обмануть меня нетрудно!..

Я сам обманываться рад!

Обманутый в этом случае становится невольным соучастником обмана, жертвой собственных неадекватных представлений о действительности.

Иллюзия — это **добровольный самообман**, когда реципиент соглашается верить тому, что сообщает коммуникант. Если обман — это коммуникационное управление во вред реципиенту, то **иллюзия** — это **коммуникационное управление во благо реципиента**.

Иллюзорными, фантастическими картинами оперируют **художественная литература, изобразительное искусство, опера, театр, кино, компьютерные мультимедиа**. Несмотря на очевидные условности, зрители, читатели, слушатели поддаются **обаянию правды искусства** и наслаждаются этой «правдой». Так, И. А. Бунин восхищался тем, что у Льва Толстого за всю жизнь во всех его книгах не было ни одного фальшивого слова. Кстати заметим, что ирония, метафора, шутка, гротеск — это не обман, а иллюзорная «правда искусства».

Обратим внимание, что **Правда**, в русском ее понимании, может **оправдать не только заблуждение или полуправду, но и прямую ложь** («ложь во спасение» например), но не совместима с действиями обмана, вероломства, коварства («поступки не по правде»).

Отметим также, что **Правда** выходит **за пределы коммуникационной** деятельности (правда-справедливость), как и ее антиподы: обман, вероломство, коварство.

Желательно, чтобы во всех видах коммуникационной деятельности, на межличностном, групповом и массовом уровнях соблюдался **принцип правдивости**. Но понимается этот принцип по-разному. Есть три точки зрения.

Истина ради истины (**этический пуризм**). Требуется полное освобождение коммуникационных сообщений от заблуждений, полуправды, лжи, обмана. Так, академик Д. С. Лихачев писал: «Полуправда есть худший вид лжи: в полуправде ложь подделывается под правду, прикрывается щитом частичной правды». Л. Н. Толстой заявлял: «Эпиграф к истории я бы написал: «Ничего не утаю». Мало того, чтобы прямо не лгать, нужно стараться лгать, отрицательно-умалчивая».

Люди, придерживающиеся правила **«истина любой ценой»**, в обыденной жизни часто травмируют психику других людей. Они не задумываются о возможной реакции реципиента, руководствуясь догматически затверженным убеждением, что «лучше горькая истина, чем сладкая ложь». Мотивом действия пуриста-правдолюбца часто служит удовлетворение от якобы выполненного долга («раскрыл людям глаза»). **Бестактность** — это истина ради истины в устах глупого человека.

Однако, несмотря на призывы этических пуристов, содержащиеся еще в библейских заповедях, в реальной коммуникации **идеал абсолютной правдивости достичь невозможно по четырем причинам:**

- **добросовестные заблуждения коммуниканта**, который может не владеть полным и истинным знанием об обсуждаемых фактах, сам того не подозревая;
- **субъективизм отбора фактов**, включаемых в сообщение. Например, правдолюбца-историку в принципе невозможно рассказать обо всем, что имело место в действительности, и в этом случае осужденное Л. Н. Толстым «умолчание» практически неизбежно;
- **неравноправие социальных статусов коммуниканта** и реципиента. Так, родителям на вопрос ребенка «откуда берутся дети?» не обязательно говорить чистую правду; военачальник не должен откровенно рассказывать солдатам боевую обстановку; директор фирмы не обязан раскрывать фирменные секреты и т. п.
- **психологические ограничения**. Психология в принципе отрицает возможность истинного описания какого-либо факта из-за непредумышленных, бессознательных, произвольных искажений, вносимых добросовестными свидетелями и наблюдателями.

Правда и ложь во благо (нравственно обоснованная коммуникация). Коммуникант, сообщая известную ему правду, стремится прежде всего принести пользу (благо) реципиенту

или другому человеку, о котором идет речь, руководствуясь критериями **справедливости и добра**, а не прямолинейным правдолюбием. Если жестокая правда может быть использована кому-то во вред или психически травмировать не подозревающего ее человека, предпочтительнее умолчание.

В случае этически оправданной лжи требование правдивости преодолевается более сильным этическим императивом, известным из Нового Завета как «ложь во спасение». Примеры подобной гуманной лжи: введение в заблуждение пациента врачом, руководствующимся медицинской этикой; сокрытие аварии самолета ради избежания паники; молчание пленного перед лицом врага.

Умнейшая Н. Я. Мандельштам писала в своих воспоминаниях: «Без лжи я не выжила бы в наши страшные дни. И я лгала всю жизнь — студентам, на службе, добрым знакомым, которым не вполне доверяла, а таких было большинство. И никто мне при этом не верил — это была обычная ложь нашей эпохи, нечто вроде стереотипной вежливости, этой лжи я не стыжусь...». У кого хватит совести упрекнуть ее за эту ложь?

Правда и **ложь по расчету** (корыстный прагматизм) имеет место тогда, когда правду раскрывают для того, чтобы скомпрометировать кого-либо, извлечь пользу лично для себя. Ложь по расчету — это обман в своекорыстных, партийных, государственных интересах, но не ради этических соображений. Обусловленная внemorальными соображениями ложь представляет собой **коммуникационное насилие**.

Как реализуются на практике различные понимания правдивости? Этический пуризм абсолютно истинной коммуникации, как уже отмечалось, практически не достижим. Даже наука, всегда считавшаяся цитаделью истинного знания, отказывается от его достижения.

Сохраняют актуальность слова основоположника афинской философской школы Анаксагора (ок. 500—428 г. до н. э.): «Ничего нельзя вполне узнать, ничему нельзя вполне научиться, ни в чем нельзя вполне удостовериться: чувства ограничены, разум слаб, жизнь коротка». П. Лаплас (1749—1827) 2200 лет спустя констатировал: «то, что мы знаем, — ограничено, а то, чего мы не знаем, — бесконечно». Видный философ XX века Карл Поппер провозгласил принципом движения научного познания не подтверждение (верификацию) научных истин, а напротив, их фальсификацию, т. е. опровержение. Итак, этический пуризм иллюзорен и его можно отбросить. Остальные интерпретации принципа правдивости используются на разных уровнях социально-коммуникационной деятельности.

На уровне межличностной коммуникации правда и ложь во благо проявляется в повседневном **этикете**, в стереотипной вежливости, о которой Н. Мандельштам писала как об «обычной лжи нашей эпохи». Прославленное женское кокетство и капризность, склонность к притворству и благосклонность к лести не раз служили мишенью для мужского остроумия. Стендаль утверждал категорически: «Быть вполне искренней для женщины — то же, что показаться на людях без платья». Д. Дидро: «Женщины пьют льстивую ложь одним глотком, а горькую правду — каплями». Галантный Г. Флобер находит для прекрасного пола оправдание: «Женщин приучают лгать, никто никогда не говорит им правды, а если иногда и приходится им услышать ее, то они поражены ею как чем-то необыкновенным».

Конечно, женская доля в начале XXI века значительно отличается от образа жизни женщин XIX столетия, но разве психология женственности изменилась коренным образом? Э. Рязанов, написавший: «Любовь — обманная страна, где каждый человек — обманщик», так же прав, как О. Бальзак, сказавший: «Любовь — это игра, в которой всегда плутуют».

Правда и ложь по расчету доставляют массу огорчений в обыденной жизни. Кому не приходилось сталкиваться с лицемерием, двуличием, клеветой, хитростью, хамством и глупостью, засоряющими повседневную коммуникацию? Все это — плоды **коммуникационного насилия** в межличностной коммуникации. Как тут не вспомнить М.М. Зощенко, который писал в свое время: «Что касается коварства, то — увы! — оно у нас несомненно еще есть, и не будем закрывать глаза — его порядочно... И даже у нас специальные названия подобрали для обозначения этого — двурушники, комбинаторы, авантюристы, аферисты, арапы и так далее. Из этого вполне видать, что у нас этого добра еще достаточно. Но только у нас именно то хорошо, что есть полная уверенность, что с течением времени этого у нас не будет. И с чего бы ему быть, раз на то никаких причин не останется». Зощенко, конечно, лукавил. Но ведь он сам жаловался на «слишком мягкое перо господ писателей, которые иной раз писали далеко не то, чего думали. И наоборот».

В групповой коммуникации правда и ложь во благо часто творится людьми верующими, и рассадниками их являются миссионеры и проповедники, маги, гадалки, астрологи. Утопии, сочиненные благородными мечтателями (Т. Мор, Т. Кампанелла, А. Сен-Симон, Ш. Фурье, Р. Оуэн, К.Маркс и Ф. Энгельс) — это ложь во благо. А. С. Пушкин мечтал о торжестве правды-справедливости, когда восклицал: Тьмы низких истин мне дороже Нас возвышающий обман.

«Правда искусства», о которой уже говорилось, конечно, служит во благо различным группам его почитателей. Медицинские призывы типа «Минздрав предупреждает: курение опасно для вашего здоровья» — проявление искренней заботы о благе курящих граждан, но этим призывам доверяет всего лишь четвертая часть курильщиков. Правда и ложь по расчету распространяется не только на военное дело, разведку, контрразведку и прочие силовые структуры, но и на сферу бизнеса, предпринимательства и торговли, где этически чистые взаимовыгодные сделки столь же редки, как неподкупные суды. Недаром американский **миллионер Морган** говорил: «**То, чего нельзя сделать за деньги, можно сделать за очень большие деньги**». Борьба политических партий, научных школ, течений в искусстве не обходится без клеветы, оскорблений, обмана и прямого насилия. Вспомним борьбу «карамзинистов» и «шишковистов» в начале XIX века; гонения на «нигилистов», якобы поджигавших лавки в Санкт-Петербурге; провокаторов царской охраны С. Дегаева, Е. Азефа, Р. Малиновского; наконец, лысенковщину и репрессированные в Советском Союзе науки — педологию, генетику, кибернетику, теорию социальной коммуникации.

Уровень **массовой коммуникации**. Массовые аудитории всегда рассматривались честолюбивыми и властолюбивыми индивидами и активными социальными группами как объект коммуникационного управления. Мало кто заботился о благе народа и поэтому торжествовал принцип правда и ложь по расчету. Наше время особенно богато профессионалами в деле коммуникационного насилия. Реклама, имиджмейкерство, паблик рилейшенз — это области искусного манипулирования доверчивой публикой. Разве были бы возможны финансовые пирамиды типа МММ без рекламной деятельности? Особенно мощным потенциалом располагают средства массовой коммуникации, обслуживаемые армией талантливых технологов. Они умело используют умолчание, селекцию и искажение фактов, конструирование версий, распространение слухов. Ими создается отталкивающий

образ врага и привлекательный образ своего «хозяина», оплачивающего коммуникационные услуги.

Культ личности вождя был создан **советскими писателями и газетчиками в соответствии с партийным заказом**, а не возник самопроизвольно в народной среде. Впрочем, стремящиеся к правде народные массы легко поддаются лжи во благо. Древнейшей «ложью (зablуждения) во благо» была мифология, которая выродилась сейчас в слухи, социальную мифологию, иногда умышленно распространяемую хитроумными технологами. **Секрет воздействия мифа на массовое сознание** заключается в следующем:

- миф убедителен, т. к. он одновременно воздействует на **рациональную и эмоциональную** сферу;
- миф **мобилизует на действия**: он рисует привлекательный частный пример, вселяя иллюзию его общедоступности;
- миф **соответствует чаяниям, ожиданиям**, привычным стереотипам социальной среды.

Человек не может освободиться от коммуникационного взаимодействия с другими людьми; жить в обществе и быть свободным от социальной коммуникации нельзя. Мы все находимся в сетях управляющих (манипулирующих) нами коммуникационных служб. Эти службы часто оперируют ложью по расчету. Однако не существует «детектора лжи», который диагностировал бы недобросовестные акции на уровне групповой или массовой коммуникации.

Контрольные вопросы для самоподготовки студентов:

1. В чем состоит игровой характер культуры по Й. Хейзинга?
2. Как взаимосвязаны игра и коммуникация?
3. Какова главная характеристика игры?
4. В чем отличие игры и псевдоигры?
5. Какую роль играет в общении псевдоигра?
6. Охарактеризуйте правду и ложь как коммуникационные явления.

Литература:

1. [Соколов А. В. Введение и теорию социальной коммуникации : учеб. пособие / А. В. Соколов. — СПб : СПбГУП, 1996. С.167-185.](#)
2. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации: Учебное пособие / А. В. Соколов. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2002г. С. 37-49.

Лекция 7. Тема 4. КОММУНИКАЦИОННЫЕ КАНАЛЫ

ПЛАН

1. Понятие и разновидности коммуникационных каналов.
2. Устная коммуникация.
3. Функции естественного языка и речи.
4. Коммуникационные барьеры.

1. Понятие и разновидности коммуникационных каналов

Коммуникационный канал — это реальная или воображаемая линия связи (контакта), по которой сообщения движутся от коммуниканта к реципиенту. Наличие связи — необходимое условие всякой коммуникационной деятельности, в какой бы форме она ни осуществлялась (подражание, управление, диалог). Коммуникационный канал предоставляет коммуниканту и реципиенту средства для создания и восприятия сообщения, т. е. знаки, языки, коды, материальные носители сообщений, технические устройства.

Важно обратить внимание на следующее обстоятельство. Коммуникационные каналы обеспечивают **движение не смыслов**, а только **материального воплощения** сообщений, которое выражает смысловое содержание. Причем, **движение происходит в физическом** (геометрическом) **пространстве** и в **астрономическом времени**. Коммуникационная же деятельность, как известно, представляет собой движение смыслов в социальном пространстве, и результатом этой деятельности является распространение просвещения, формирование общественного мнения и общественных настроений и т. д.

Коммуникационная деятельность суть деятельность духовная, но для ее реализации нужны **материально-технические средства**, в качестве которых выступают коммуникационные каналы. Итак, коммуникационные каналы — материальная сторона социальной коммуникации.

Развитие человечества от первобытного варварства до постиндустриальной цивилизации сопровождалось постоянным увеличением количества коммуникационных каналов, благодаря дополнению **естественных** каналов, образовавшихся в ходе антропогенеза, каналами **искусственными**, сознательно созданными людьми. Естественные коммуникационные каналы — это каналы, использующие врожденные, естественно присущие хомо сапиенс средства для передачи смысловых сообщений в физическом пространстве. Таких каналов два: **невербальный** (несловесный) и **вербальный** (словесный).

Невербальный канал — древнейший из коммуникационных каналов, возникший в ходе биологической эволюции задолго до появления человека. Он представляет собой **наследие зоокоммуникации**, свойственной высшим животным. **Содержание зоокоммуникации** — демонстрация переживаемых **эмоциональных состояний** — гнев, боль, страх и т. д. Животными используются звуковые сигналы, позы, движения,

напоминающие жесты. Например, щенок виляет хвостом, когда он доволен, прижимает уши и оскаливает клыки, когда притворяется сердитым. Невербальный канал активно используется в процессе микрокоммуникации между людьми, и мы специально рассмотрим его особенности.

Вербальный канал доступен только роду человеческому, обладающему **речевой способностью**, способностью пользоваться естественным языком. Подчеркнем, что речевая способность — отличительный признак хомо сапиенс, для реализации этой способности потребовались нейрофизиологические и анатомические преобразования в телесности пралюдей: образование асимметрии головного мозга, выделение центров управления говорением и пониманием речи («речевые зоны» в мозгу), развитие артикуляционного аппарата и т. п. Домашние животные не могут говорить именно потому, что они не имеют природных предпосылок для этого. Поэтому **вербальный канал**, подобно невербальному каналу, правомерно считать **естественным**.

Формирование речевой способности (и соответственно — вербального коммуникационного канала) происходило в процессе антропогенеза. Палеолингвисты полагают, что австралопитеки не выходили за пределы нечленораздельной речи в составе зоокоммуникаций; **питекантропы** (археантропы) владели **примитивной диалоговой речью**, состоящей из слов-предложений; **неандертальцы** (палеоантропы) строили простейшие грамматические конструкции, подобно малограмотным и начинающим говорить детям; наконец **неоантропы (кроманьонцы)**, видимо, освоили монологическую речь со сложной грамматической структурой.

Потребность в **искусственных коммуникационных** каналах возникает тогда, когда коммуникант и реципиент лишены непосредственного контакта, не могут ни видеть, ни слышать друг друга, и в то же время существуют социально-культурные смыслы, нуждающиеся в передаче в социальном времени и пространстве. Эти смыслы связаны, во-первых, с передачей полезного практического опыта, во-вторых, с магическими верованиями первобытных людей. Для удовлетворения этой первичной коммуникационной потребности использовались два искусственных канала, которые появились если не одновременно, то сравнительно скоро после формирования неоантропов:

- **канал иконических документов** — графические (на кости, на камне, на дереве) и живописные (одноцветные или многоцветные на стенах пещер) изображения;
- **канал символьных документов** — амулеты, украшения, талисманы, статуэтки, имеющие сокровенный магический смысл, а также языческие идолы и вообще изображения богов.

Палеолитическое искусство, зародившееся **35 тыс. лет** назад в виде **резьбы по кости и дереву**, уже через 5 тыс. лет представлено **пещерными гравюрами и картинами**,

различными **скульптурами, украшениями, орнаментированными изделиями**. Небольшие статуэтки **«палеолитических венер»** — символ женского плодородия — носились в качестве подвесок, были в ходу всевозможные ожерелья, браслеты, диадемы, кольца, которые вырезались из слоновой кости и кости мамонта, составлялись из ракушек, зубов животных, цветных камушков. Апогей пещерной живописи датируется 15—2 тыс. лет назад (культура мадлен), когда искусно создавались грандиозные многоцветные сюжетные ансамбли, где наряду с реалистическими изображениями женщин и мужчин, мамонтов, бизонов, лошадей, носорогов часто встречаются фантастические «химеры» в виде туловища медведя с головой волка, «дьяволята» с увенчанной рогами головой и покрытым шерстью телом.

Коммуникационные каналы **палеолитического искусства** выполняли **социальные функции**, которые можно разделить на: **явные, осознаваемые** самими древнейшими людьми, — это магическая (культовая) функция и «педагогическая» функция — передача полезного опыта подрастающему поколению; и **неявные**, но очень важные функции — интеллектуальная — **развитие абстрактного мышления и эстетическая** — развитие чувства гармонии, красоты, благодаря созерцанию художественно насыщенных произведений талантливых мастеров.

Невербальный и вербальный каналы в их неразрывном единстве послужили исходной базой для **формирования устной коммуникации; иконический и символичный каналы положили начало документной коммуникации**. Устная коммуникация и документная коммуникация — два рода социальной коммуникации, сыгравшие определяющую роль в становлении **ороакустической (словесной) и книжной культуры**.

Исходные каналы дали толчок для появления новых искусственных каналов, которые по своему источнику делятся на две группы: **художественные**, возникшие в сфере искусства, и **технические**, возникшие в сфере техники.

Художественные коммуникационные каналы ведут свою родословную с палеолитического искусства, но зрелых форм они достигли в классической Древней Греции (VI—V вв. до н. э.). Перечислим их. Музыка и танец — производные невербального канала. Поэзия и риторика — производные вербального канала. Театр — синтетический вид искусства, объединяющий вербальные и невербальные средства. Графика и живопись — производные иконического канала. Скульптура и архитектура — производные канала символических документов.

Конечно, важнейшим событием для развития цивилизации было **изобретение письменности**, т. е. открытие еще одного **документного канала**. Письменность — результат **эволюции иконического канала**. Известны следующие вехи этой эволюции.

Великолепная палеолитическая живопись в эпоху мезолита (14—10 тыс. лет назад) утрачивает живость и реалистичность, схематизируется и упрощается. Затем следует неолитическое искусство, которое еще больше лишается образной выразительности, приобретает однотипность, когда односюжетные изображения почти не отличаются друг от друга и превращаются в ритуальные символы. Однотипность и однообразие рисунков есть признак **пиктографии** — **рисуночного письма**, откуда прямой путь к иероглифам Древнего Египта и Месопотамии.

Нелишне задуматься над вопросом: что послужило **причиной затухания** поразительного взлета **изобразительного искусства** на заре человечества? Нельзя поверить, что перевелись гениальные художники и остались только ремесленники. Причина может быть только одна: те **сакрально-культурные** и педагогические функции, которые **выполнял иконический канал**, перешли к другому коммуникационному каналу — **устной речи**; выразительные потенции живого слова стали достаточными для удовлетворения коммуникационных потребностей родовых общин охотников и собирателей. В социальной памяти преимущественное развитие получила устная **передача** всевозможных **текстов** от поколения к поколению, а не трудоемкая петрография. В этом факте видна взаимозависимость документальных и недokumentальных каналов, общность их общественного назначения.

Итак, **письменность** — это **детище художественного канала**, и вместе с тем — **первооткрыватель ряда технических каналов**, способствующих развитию не познавательно-эстетических ресурсов социальной коммуникации, а ее **утилитарной эффективности**: оперативности передачи, снижению себестоимости, повышению тиражности, увеличению дистанционности и комфортности. Рукописание книг в XV веке в Западной Европе сменило **мануфактурное книгопечатание**. В XIX веке произошла промышленная революция, благодаря которой документная коммуникация обрела полиграфическую и целлюлозно-бумажную промышленность, обеспечившую многотысячные тиражи газет, журналов, книг и огромный книжный рынок.

Вместе с тем, появились **технические изобретения**, значительно расширившие коммуникационные возможности исходных каналов: невербальный канал обогатился **фотографией**, а вербальный получил **звукозапись** (изобретение фонографа Т. Эдисоном в 1877 г.); благодаря **телефону** (запатентован А. Беллом в 1876 г.) вербальная коммуникация избавилась от пространственных ограничений; телеграф, изобретенный еще раньше (1832 г. — русский изобретатель П. Л. Шиллинг, 1837 г. — американский изобретатель С. Морзе), позволил мгновенно передавать текстовые сообщения с одного материка на другой; фотография бросила вызов реалистической живописи, а кино (1895 г.) было объявлено

могильщиком театра. На стыке веков изобрели радио (1895 г. — А. Попов, 1897 г. — Г. Маркони). Произошла, можно сказать, **первая техническая революция в сфере социальных коммуникаций.**

XX век стал свидетелем **второй технической революции**, плодами которой явились фототелеграф и телевидение, видеозапись и компьютерная связь, электронная почта, выросшая в конце 90-х годов в **глобальную коммуникационную систему Интернет**. Вторая техническая революция знаменовала появление нового рода социальной коммуникации — **электронной коммуникации**. Становление электронной коммуникации еще не завершено. Многообещающие возможности мультимедиа (текст + движущееся изображение + звук), ведутся эксперименты по распознаванию текстов и изображений, по речевому вводу и выводу информации в компьютерных системах. Можно сказать, что мы находимся на пороге синтеза всех известных нам родов коммуникации: устной, документной, электронной.

В зависимости от материально-технического оснащения, т. е. от применяемых каналов, различаются рода социальной коммуникации, подобно «родам войск». **Род коммуникации** — совокупность родственных коммуникационных каналов. Их три: **Устная коммуникация**, использующая, как правило, одновременно и в неразрывном единстве **естественные невербальные и вербальные каналы**; ее эмоционально-эстетическое воздействие может быть усилено за счет использования таких **художественных каналов**, как музыка, танец, поэзия, риторика. К устной коммуникации относятся путешествия с познавательными целями — **экспедиции, туризм.**

Документная коммуникация, применяющая искусственно созданные документы, первоначально — иконические и символные, а впоследствии письменность, печать и различные технические средства для передачи смыслов во времени и пространстве.

Электронная коммуникация, основанная на космической радиосвязи, микроэлектронной и компьютерной технике, оптических устройствах записи. Все три рода взаимодействуют друг с другом, образуя смешанные, гибридные коммуникационные каналы, которые появляются благодаря использованию различных технических средств в устной и документной коммуникации.

2. Устная коммуникация

Схема устной коммуникации. Обычно схему устной коммуникации представляют подобной элементарной схеме коммуникационной деятельности, где имеются три участника: говорящий (источник речи) — речевое сообщение — слушающий (приемник речи). На самом деле картина оказывается более сложной, потому что в устной коммуникации задействованы одновременно два естественных канала: вербальный (речевой) и невербальный, использующие разные таковые средства.

Речевая деятельность осуществляется абстрактно мыслящим левым полушарием головного мозга, где расположены «центры речи». Это полушарие считается «говорящим». Правое полушарие не участвует в речевой деятельности, так как не способно воспринимать словесные смыслы, но зато оно реагирует на вневербальные, невербальные сигналы. В силу того, что вербальные и невербальные каналы работают параллельно, речь и жестикация дополняют друг друга, **устная коммуникация оказывается двухканальной, а если учесть каналы обратной связи, то и четырехканальной.**

Первые исследования невербальных средств воздействия на аудиторию принадлежат **античным ораторам. Цицерон** в трактате «О произношении» уделил большое внимание использованию голоса и телодвижений во время публичных выступлений. **Чарльз Дарвин** специально изучал выражение эмоций у животных и человека и нашел, что людям свойственны **врожденные, биологически наследуемые средства**, такие как смех, улыбка, плач, дрожь страха, холодный пот, румянец смущения, нахмуривание бровей и др. Но есть и **социально обусловленные невербальные знаки**: покачивание головы как знак отрицания или согласия, пожимание плечами для выражения недоумения, складывание ладоней при убедительной просьбе и пр. Он заметил также, что сопровождающие живую речь мимика и жесты придают «живость и энергию высказанным нами словам. Они обнаруживают мысли и намерения других людей более точно, нежели слова, так как в словах возможна ложь».

Последнее **свойство невербального канала — его откровенность** отметил в свое время **Ф. Шиллер**, сказавший: «Из слов человека можно только заключить, каким он намерен казаться, но каков он на самом деле, приходится угадывать по его мимике и ужимкам при высказывании слов, — по тем, стало быть, движениям, которые он делает нехотя». В межличностной коммуникации роль невербального канала особенно велика; по мнению некоторых ученых 60-70 % эмоционального значения в этом виде коммуникации передается невербальными средствами и лишь остальное — за счет осмысленной речи. Известно, что хорошо знающие друг друга люди могут понимать один другого «с полуслова» или вообще без слов.

Гадатели, предсказатели, ясновидящие узнают о прошлом своего клиента, о его характере и образе жизни по одежде, манере стоять, ходить, по расположению морщин (у добрых морщины одни, у злых другие, у мрачных третьи и т.д.); особенно много могут рассказать блеск глаз, их подвижность, сосудистый рисунок и пр.

Современные исследователи подтвердили наблюдение Ф. Шиллера, Ч. Дарвина и других проницательных людей, что **невербальные реакции менее контролируемы и выдают действительные помыслы** говорящего более откровенно, чем произносимые слова. Можно сделать вывод, что из всех коммуникационных каналов именно **невербальный канал**

является наиболее правдивым и честным. Это объясняется тем, что невербальные сигналы генерируются на подсознательном уровне **правым «чувствующим»** полушарием головного мозга, а речевые высказывания сознательно контролируются левым «абстрактно мыслящим» полушарием. Импульсы подсознания трудно управляемы, поэтому они «правдивее» осознанной речи.

К **невербальному каналу** апеллируют все виды **искусства**. Помимо исполнительского искусства в виде танца и музыки, с ним тесно связаны изобразительное искусство и синтетическое искусство типа театра и кино. Базой словесного искусства (**поэзия, литература**), конечно, является вербальный канал, но в той мере, в какой он сопровождается «**музыкой слова**», он обогащается **невербальными средствами**.

Рассматривая семиотику социальной коммуникации мы в дальнейшем специально остановимся на знаковых **средствах невербального канала**. Как правило, они дополняют речь (правда, есть исключение: язык глухонемых и тайная жестикуляция), поэтому не следует идеализировать их потенции. Они хорошо выражают эмоциональное состояние коммуниканта или реципиента, но **не пригодны для передачи абстрактных понятий и смысловых нюансов**, имеют примитивную «мешочную» грамматику, трудоемки в исполнении, требуют повышенного внимания при восприятии, не обладают алфавитом для записи. Именно последнее **преимущество вербальной коммуникации — возможность составления письменных текстов** — обусловило развитие документных коммуникационных каналов, ставших характерным отличием цивилизованных народов от варварских племен.

3. Функции естественного языка и речи. Главное отличие человеческой коммуникационной деятельности от зоокоммуникации животных состоит в наличии вербального канала, передающего речевые сообщения (тексты) в устной и письменной форме. Это отличие очевидно, как очевидно и то, что для его реализации человек должен обладать, во-первых, наследственно передаваемой речевой способностью (способностью членораздельно говорить и понимать обращенную к нему речь), во-вторых, знать какой-либо естественный язык и уметь им пользоваться (как известно, «материнским языком» мы овладеваем в детском возрасте в результате первичной социализации).

Естественный язык — это социальное достояние, фундаментальный раздел **социальной памяти**. Его следует отличать от **речи**, которая представляет собой **овеществление (материализацию) результатов мышления (смыслов) с помощью языка**, находящегося в индивидуальной памяти говорящего. Язык и речь образуют единство: нет языка — нет речи; нет речи — нет языка; речь осуществляется средствами языка; язык реально существует лишь в речи.

Язык — зеркало культуры, (Тер-Минасова С.Г.) в нем отражается не только реальный мир, окружающий человека, не только реальные условия его жизни, но и общественное самосознание народа, его менталитет, национальный характер, образ жизни, традиции, обычаи, мораль, система ценностей, мироощущение, видение мира. Язык — сокровищница, кладовая, копилка культуры. Он хранит культурные ценности – в лексике, в грамматике, в идиоматике, в пословицах, поговорках, в фольклоре, в художественной и научной литературе, в формах письменной и устной речи.

Язык — орудие, инструмент культуры. Он формирует личность человека, носителя языка, через навязанные ему языком и заложенные в языке видение мира, менталитет, отношение к людям и т. п., то есть через культуру народа, пользующегося данным языком как средством общения. «Все мы созданы языком и заложенной в нем культурой, доставшейся нам от многих поколений предков. Мы не выбираем ни родной язык, ни родную культуру, ни место, ни время рождения. Мы входим в мир людей, и язык немедленно начинает свою работу, навязывая нам представление о мире (картину мира), о людях, о системе ценностей, о способах выживания. У нас по-прежнему нет выбора. Мы пленники своего языка. Сопротивление бесполезно, язык – умелый и опытный мастер, **«инженер человеческих душ»** – уже сотворил миллионы своих подданных и непрерывно творит новых» (Тер-Минасова С.Г.).

Язык и речь в совокупности выполняют две **сущностные**, т. е. неотделимо присущие им, **функции:** во-первых, **коммуникационную** (часто говорят — «коммуникативную»), во-вторых, **мыслительную**. Язык и речь, благодаря этим функциям, являются средствами и орудиями социальной коммуникации и личностного мышления.

Социальная коммуникация, как известно, представляет собой движение смыслов в социальном времени и пространстве, поэтому сущностная **коммуникационная функция** делится на две сущностные функции: **коммуникационно-временную**, или **социально-мнемическую**, которую выполняет язык (**мнемическая деятельность** (англ. mnemonic activity) - активная деятельность человека, направленная на запоминание и воспроизведение материала), и **коммуникационно-пространственную** — функцию распространения смыслов в социальном пространстве, которая свойственна речи.

Коммуникационная функция проявляется на межличностном, групповом и массовом уровне, а **мыслительная** — **лишь на личностном уровне**, где она обеспечивает индивидуальное мышление. Стало быть, все мыслящие субъекты коммуникации, как индивидуальные, так и социальные, имеют дело с языком и с речью.

Сущностные функции проявляются в прикладных языково-речевых функциях. Под **прикладной функцией** понимаются те свойства языка и речи, которые позволяют людям использовать их в своей **внеязыковой деятельности**. Эти свойства многообразны, отсюда — многообразные области использования языка и речи в социальной и личной жизни, другими словами, в социальном пространстве и в индивидуально-психическом пространстве.

Социально-языковые функции

1а. **Национально-культурная функция** вытекает из сущностной функции социальной памяти, свойственной языку. Подчеркнем, что **национальный язык — это духовный генофонд народа, подобный генетическому фонду этноса**. На этом фонде строится национальная культура.

1б. **Этнообразующая функция** обусловлена тем, что национальный (этнический) язык входит в число **необходимых конституирующих признаков этноса** (народа, нации). Потеря родного языка равноценна утрате **этнического самосознания**. Отсюда — борьба национальных меньшинств за сохранение родного языка, их протесты против навязывания декретами власти чуждого им «государственного» языка. Язык, как известно, может служить средством «**культурного империализма**» и колонизации отсталых народов.

1в. **Функция основания словесного искусства**, поэтического творчества достаточно очевидна, но имеет смысл подчеркнуть связь этой функции с происхождением национальных языков. Практически неизвестны человеческие коллективы, говорящие на каком-либо языке, в которых отсутствовали бы поэтические произведения на этом языке. Поэзия неотделима от языка потому, что творцами языка выступают не все члены общества коллективно (один придумал одно слово, другой — падеж и т. п.), а люди, одаренные поэтическим гением. На созданной «первопоэтами» и постоянно обогащаемой новыми творческими вкладами языковой основе стало возможно существование современного фольклора, литературы, публицистики. По этой причине язык предстает в работах современных философов-эстетиков как культурно-эстетический феномен.

1г. **Функция основания искусственных языков** проявляется в том, что все искусственные языки — от химических и математических номенклатур до языков компьютерного программирования и языков международного общения типа эсперанто — вводятся в оборот посредством естественных языков и переводимы на них.

2. Индивидуально-языковые функции

Всякий человек рождается и, как правило, проводит дни свои в атмосфере родного языка: мы не только разговариваем, но и мыслим на родном языке, и это обстоятельство неизбежно накладывает свой отпечаток на личную духовную жизнь. Можно выделить следующие функции, выполняемые естественным языком в жизни отдельного человека:

2а. **Функция социализации:** овладев родным языком, человек начинает общаться с социальным окружением, получает доступы к культурному наследию и формируется как типичный член данного общества.

2б. **Мировоззренческая функция,** заключающаяся в зависимости мировоззрения социализированной личности от ее родного языка. Многообразие языков огромно: есть языки, имеющие более 40 падежей, другие 6—8, у некоторых их нет вообще; есть языки, где каждое слово односложно, и языки, где предложение — одно-единственное слово; в гавайском языке всего 7 согласных звуков, в языке саамов — 53 и т. п. Поскольку язык является орудием мышления, напрашивается вывод, что народы, использующие язык с 40 падежами, должны мыслить как-то иначе, чем народы, вообще не знающие падежей. С 30-х годов XX века и науке дискутируется так называемая **гипотеза лингвистической относительности**, связанная с именами **Э. Сепира и Б. Уорфа**. Согласно этой гипотезе, **структура языка определяет структуру мышления и способ познания внешнего мира**. Китаец и североамериканский индеец по-разному понимают одни и те же события и явления, потому что они воспринимают мир через призму своего родного языка. Гомер назвал синее Эгейское море «виноцветным». Виноградное вино, которое пили древние греки, было зеленоватого цвета. Синий же цвет ни разу Гомером не упомянут; не встречается он и на страницах Библии. Отсюда делается вывод, что древние жители восточного Средиземноморья не отличали вообще синего цвета от зеленого, голубого, возможно — фиолетового, поскольку отсутствуют слова для обозначения этих цветов.

Таким образом, все мы являемся пленниками своего родного языка. Зависимость этнического сознания от языка достаточно очевидна, но продолжают споры о границах этой зависимости.

2в. **Инструментальная функция** — владение языком может использоваться в утилитарных целях, например для чтения иноязычной литературы, для переводческой деятельности, для туристического общения и т. д. К. Маркс говорил, что **иностранный язык — это оружие в жизненной борьбе**, очевидно, имея в виду инструментальную функцию языка.

2г. **Функция самоопределения и самовыражения.** Внутренняя речь, естественно, осуществляется на родном языке, поэтому размышления человека о своем Я, о личной «самости», интимная самооценка производится средствами «матер-шпрахе» (материнский язык).

Семантические ресурсы родного языка играют решающую роль в процессе поэтического самовыражения. Анализ творческого процесса художников слова показал, что создание произведения словесного искусства идет не от идеи к слову, а само произведение по мере его развертывания проясняет для автора творческий замысел. **Художественная идея**

как бы вырастает из словесного фонда. Б. Л. Пастернак в «Докторе Живаго» следующим образом описывал состояние вдохновения: «Первенство получает не человек и состояние его души, которым он ищет выражения, а язык, которым он хочет его выразить. Язык, родина и вместилище красоты и смысла, сам начинает думать и говорить за человека и весь становится музыкой». Можно сказать, что вся русская литература в спящем состоянии скрыта в русском языке; литератор-чародей должен расколдовать эту «спящую красавицу» и явить ее свету. Конечно, это возможно только в том случае, если реализуется функция **1в, функция основания словесного искусства.**

Нужно отметить, что творческий процесс в сознании представителей точных наук протекает совсем иначе. А. Эйнштейн признавался: «Слова, или язык, как они пишутся или произносятся, не играют никакой роли в моем механизме мышления, — это некоторые знаки или более или менее ясные образы, которые могут быть «по желанию» воспроизведены и комбинированы. ...Обычные и общепринятые слова с трудом подбираются лишь на следующей стадии». Ясно, что в отличие от «Песни о вещем Олеге» теория относительности не спрятана в недрах какого-либо естественного языка.

3. Социально-речевые функции

За. **Регулятивная функция** — управляющая сила слова. В. Маяковский провозглашал:

Я знаю силу слов,
я знаю слов набат...

В. Шефнер написал более сдержанно:

Словом можно убить, словом можно спасти,
Словом можно полки за собой повести.

Поэты правы. Общеизвестны факты **влияния слова на физиологические и психологические процессы:** вспомним внушение, заражение, гипноз. Говоря терминами И.П. Павлова, вторая сигнальная система влияет на жизнедеятельность человеческого (и только человеческого!) организма не меньше, чем первая сигнальная система, присущая животным.

Зб. **Магическая функция.** Речевая способность издавна казалась людям великим **даром богов**, требующим осторожного и бережного обращения. Таинственная связь усматривается мифологическим сознанием между существом и его именем, на что неоднократно указывали исследователи первобытных обществ Л. Леви-Брюль, Б. Малиновский, Дж. Фрэзер. Неуместное употребление имени человека или названия предмета — верят до сих пор некоторые люди — может иметь трагические последствия. Магическое слово, по их мнению, заклинает, околдовывает, заговаривает, исцеляет и напускает порчу.

Зв. **Контактная функция** обеспечивает установление и поддержание этикетного контакта между людьми. Обмен приветствиями, разговор о погоде, о транспорте и т. п. — необходимые составляющие повседневного общения. Бессодержательную болтовню в европейской культуре предпочитают угрюмому молчанию. Правда, в других культурах встречается иной этикет. Так, у североамериканских индейцев допускалось прийти к соседу, молча покурить полчаса и уйти.

4. Индивидуально-речевые функции

4а. **Функция развития интеллекта.** Использование внутренней речи для осмысления внешних впечатлений и самоопределения способствует развитию рационального мышления, т. е. интеллекта личности.

4б. **Эмотивная функция.** Функция эмоциональной оценки происходящего, эмоциональной разрядки и впечатляющего выражения чувств и воли говорящего.

4в. **Культурно-нормативная функция.** Исторически сложившийся национальный (общенародный) язык существует в следующих формах: литературный язык, народно-разговорная речь, территориальные диалекты, социолекты (терминологические системы, жаргоны, кастовые языки).

Культурно-нормативная функция присуща **только литературному языку**. Степень владения литературным языком — показатель культурного уровня (образованности) человека. Отступления от литературных нормативов в публичных выступлениях воспринимаются как культурная ущербность. Действительно, если речь человека сбивчива, невежественна, запутана, груба, то таково, видимо, и его мышление, ведь мыслить мы при помощи внутренней речи.

4г. **Функция идентификации индивида с группой.** Владение вербальными (жаргон, слова-пароли, территориальный или социальный диалект) и невербальными специальными значениями есть знак принадлежности к той или иной социальной группе, например: медик, матрос, уголовник, педагог, поэт и т. д. Характерный эпизод: когда академику И. П. Бардину задали вопрос: «Как вы говорите: километр или километр?» — он ответил: «Когда как. На заседании Президиума Академии — километр, иначе академик Виноградов морщиться будет. Ну, а на Новотульском заводе, конечно, километр, а то подумают, что зазнался Бардин».

Здесь показательно, что академик, вышедший из заводской среды, осознает свою принадлежность к двум различным социальным группам, что отражается в речевой практике.

Перечисленные 15 прикладных функций языка и речи возможно реализовать только благодаря сущностным коммуникационной и мыслительной функциям.

4. Коммуникационные барьеры

Реализация коммуникационной функции устной коммуникации затрудняется коммуникационными барьерами — препятствиями на пути движения смысла от коммуниканта к реципиенту. Эти барьеры делятся на 4 класса:

1. **Технический барьер** в виде шумов и помех в искусственных коммуникационных каналах. Шумы имеют естественное происхождение, а помехи создаются умышленно. Из-за воздействия шумов и помех уменьшается различимость полезных сигналов и возникает актуальная задача распознавания сигналов на шумовом фоне. Эта задача актуальна для радиосвязи, проводной связи, видео-звукозаписи, компьютерной техники (вспомним компьютерные вирусы, засорение пространства Интернет) и окончательное решение ее вряд ли возможно, так как всякое новое поколение техники страдает своими «болезнями», неизвестными ранее.

2. **Межъязыковый барьер** возникает при несоответствии языков, кодовых систем, тезаурусов (словарей) коммуниканта и реципиента. Это ситуация «Вавилонского столпотворения», когда люди говорят на разных языках и не могут понять друг друга.

В настоящее время насчитывается несколько тысяч стихийно возникших языков, наречий и диалектов. Главный ущерб, наносимый межъязыковым барьером, состоит не в том, что чужеземцы, сталкиваясь друг с другом, не могут объясниться на бытовые, торговые или военные темы. Здесь устное разноязычие преодолевается за счет невербального или иконического канала (если нет переводчика). Главная беда состоит в том, что в силу социально-мнемической функции, функции социализации и мировоззренческой функции естественный язык накладывает **печать своеобразия на национальную культуру, общественное сознание, индивидуальное мировоззрение.**

Межъязыковые барьеры разделяют род человеческий на чуждые и враждующие друг с другом этносы, народы, нации. Манящий идеал межчеловеческой гармонии и мира оказывается не достижимым; разноязычное человечество не может быть единым человечеством.

В Австралии рассказывают такой анекдот. Встречаются два иммигранта – старожил и новенький. «Ну, что это за страна? Как тут живется?» - спрашивает новичок. «Отличная страна», - говорит старожил. – «Через пару месяцев купишь машину, через пару лет – дом, лет через пятнадцать заговоришь по-английски» «А потом?» - волнуется новичок. «Потом?.. Потом будешь разговаривать сам с собой». Хороший анекдот. Как все хорошие анекдоты, он ярко и доходчиво выражает известную истину: материальные блага не обеспечат автоматически самой главной радости жизни – роскоши общения. Даже преодолев **языковой барьер**, человек стоит перед следующим – еще более грозным и почти непреодолимым препятствием – **барьером культурным.** Эти же барьеры мешают торговле и

международному сотрудничеству. Интересные цифры приводила британская газета «Financial Times» (October 10, 1996) в статье с многозначительным названием: «Преодоление языкового барьера»: 49% компаний, занимающихся экспортом, столкнулись с языковыми и культурными барьерами, а 12% компаний прекратили существование из-за этих барьеров. Только 13% компаний имели хоть какую-то языковую и культурную стратегию, большинство - 83% - использовало переводчиков.

Вот пример затруднений понимания (культурный барьер):

Официантка спрашивает у приехавшей на Конгресс англичанки.

Официантка: Чай или кофе?

Англичанка: Чай, пожалуйста.

Официантка: Черный?

Англичанка: Просто нормальный чай.

Официантка: Черный?

Англичанка: Просто нормальный чай!

Официантка: Черный? Черный?!

Англичанка (очень раздраженно): Просто нормальный чай!!! С молоком!

Официантка (облегченно): Спасибо.

Черный чай (black tea) в этом контексте противопоставлялся не зеленому чаю, а чаю с молоком, по аналогии с кофе, который может быть «черным» или «с молоком». Для англичанки нормальный, обычный чай – это чай с молоком. «Непонятливость» официантки ее раздражала, а представить, что для кого-то «чай с молоком» не является нормой, она не могла. Несовпадение представлений о норме помешало коммуникации.

Геополитические катаклизмы вызвали небывалые ранее смещения и смешения народов: беженцы, эмигранты, перемещенные лица – их тоже теперь считают десятками, сотнями тысяч, миллионами. Языковые и культурные проблемы вызывают недовольство, этнические стычки, кровопролитие. Это не просто «плохо» – это очень плохо, ужасно, трагично.

Кардинальный способ преодоления межъязыкового барьера виделся в разработке **искусственного языка международного общения**. Первым языком такого рода стал воляпюк, предложенный в 1879 г. в Германии И. М. Шлейером. Слова «естественных языков» в нем видоизменялись и теряли опознаваемость, например, английское world — vol, speak — ruk, отсюда volaruk — всемирный язык. Воляпюк оказался чересчур сложным для практического использования, поэтому в дальнейшем международные языки стали строиться

на основе интернациональной лексики, преобразованной по вкусу авторов. Грамматика максимально упрощалась. Количество проектов к 30-м годам XX века исчислялось тремя сотнями. Образовалось научное направление интерлингвистика. Наиболее популярны следующие продукты интерлингвистики:

Эсперанто (основан в 1887 г. Л. Заменгофом, Польша); Идо (реформированный Эсперанто, 1907 г., Франция); Окциденталь (1921—1922 гг., автор Э. Валем, Эстония); Новиаль (синтез идо и окциденталья, осуществленный Л. Есперсеном, Дания, в 1928 г.); Интерлингва — создан в 1951 г. Ассоциацией международного вспомогательного языка в США. Наиболее успешным проектом оказался язык Эсперанто.

3. **Социальный барьер** возникает между людьми, говорящими на одном и том же естественном языке, но принадлежащими к различным социальным группам. Затруднено взаимопонимание разных поколений (споры «отцов» и «детей»), представителей разных классов и сословий, имеющих антагонистические интересы, жителей города и села, мужчин и женщин, людей с разным образовательным цензом и т. д. Сущность социального барьера не в различных социолектах, жаргонах, стилях речи, отличающих одну социальную группу от другой, а в различии ценностных ориентации, личного психофизиологического и житейского опыта, содержание групповой памяти.

Эти различия неустранимы, да и нет необходимости стремиться к их устранению, так как это привело бы к унылой унификации рода человеческого — «все на одно лицо».

4. **Психологический барьер** возникает вследствие искажений в перцепции, неизбежно сопровождающей коммуникацию. **Перцепция**, напомним, представляет собой познание (**восприятие**) коммуникантом и реципиентом друг друга. Это познание использует этические и эстетические критерии, ситуационные расчеты, привычные симпатии и антипатии. В результате в сознании общающихся людей формируется образ (имидж) партнера, который может быть привлекательным или отталкивающим, безразличным или волнующим и т. д.

Большое значение имеет коммуникационная ситуация: являются ли люди равноправными сотрудниками, делающими общее дело, или они находятся в отношениях начальник — подчиненный и др. Кроме того, в сознании и коммуниканта, и реципиента всегда присутствует их собственный **имидж**, т. е. представление о себе самом.

В случае межличностного общения возникает следующая ситуация: коммуникант говорит в качестве Я, обращаясь к реципиенту, реципиент отвечает ему как Я и адресуется его обращение коммуниканту.

Ясно, что в реальной жизни коммуниканту трудно предугадать его имидж в сознании реципиента, и наоборот. В результате каждый из них обращается «не по адресу» и сам это не

осознает. В этом и заключается суть психологического барьера, который, строго говоря, неустраним во всех видах и формах социальной коммуникации, кроме подражания.

Краткая характеристика коммуникационных барьеров показывает их принципиальную неустранимость ни в настоящем, ни в обозримом будущем.

Контрольные вопросы для самоподготовки студентов:

1. Назовите различные коммуникационные каналы?
2. Какую роль играют коммуникационные каналы в коммуникации?
3. Назовите естественные и искусственные коммуникационные каналы.
4. Почему невербальный канал коммуникации более правдив, чем вербальный?
5. Назовите языковые и социально речевые функции.
6. Перечислите и охарактеризуйте барьеры, связанные с устной коммуникацией.

Литература:

1. Моисеева А. П. Основы теории коммуникации : учеб. пособие. — Томск : Том. политехн. ин-т, 2004. С. 41-53.

2. Соколов А. В. Введение и теорию социальной коммуникации : учеб. пособие / А. В. Соколов. — СПб : СПбГУП, 1996. С.35-39.

3. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации: Учебное пособие / А. В. Соколов. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2002г. С. 71-87.

Лекция 8. Тема 4. Коммуникационные каналы.

ПЛАН

1. Документная коммуникация. Функции документов.
2. Коммуникационные барьеры.
3. Цензура как орудие коммуникационного насилия
4. Маршалл Маклюэн — пророк электронной коммуникации

1. Документная коммуникация. Функции документов.

Документная коммуникация соответствует элементарной схеме коммуникационной деятельности только в случае непосредственной переписки между коммуникантом и реципиентом. Появление почты означает подключение посреднического звена. Если же коммуникант использует издательские службы для публикации своего произведения, а реципиент обращается в книжный магазин или библиотеку, чтобы получить это произведение, требуются специальные **посреднические службы**, другими словами, — социально-коммуникационные институты (СКИ), обладающие профессиональными кадрами и материально-техническими средствами. В документально-коммуникационную систему (ДОКС) входят институты документной коммуникации и документные каналы. В книговедческой и библиотечно-библиографической литературе ДОКС называют «система документ — потребитель», «система книга — читатель».

Основными **институтами документной коммуникации**, существующими в наше время, являются (для упрощения картины оставляем в стороне музеи и машиночитаемые фонды):

- архивы,
- библиографические службы,
- библиотеки,
- издательства и типографии,
- книжная торговля,
- реферативные службы (библиографические описания, аннотации, рефераты).

Основными **документными каналами** являются:

- каналы **опубликованных документов**, предназначенных для широкого общественного пользования и размноженных с этой целью полиграфическими средствами;
- каналы **неопубликованных** (в том числе — непубликуемых) документов, представляющих собой **рукописи, машинописи, графику, живопись**.

Цели документально-коммуникационной системы

- **обеспечивать творчески одаренным** членам общества возможность включения своих произведений в документированную **социальную память**;
- **сохранять** документированную социальную память как овеществленную часть **культурного наследия общества**;
- обеспечивать общественное **использование** овеществленной и документированной части культурного наследия в интересах общества.

Функции документов

Документам свойственно изначально **социальное назначение**, которое определяет те сущностные функции, которые должны выполнять документы.

1. Социальное назначение документов проявляется в трех функциях:

1а. Социально-временной, или мнемической — фиксирование и сохранение во времени духовных творческих достижений — членов общества.

1б. Социально-пространственной — функции распространения в социальном пространстве актуальных смыслов (знаний, эмоций, стимулов).

1в. Ценностно-ориентационной функции, вытекающей из искусственного происхождения документов. Нет документов, созданных их авторами без глубинного замысла, без определенной цели. Всякий документ замышляется для того, чтобы повлиять на ценностные ориентации реципиентов, а в конечном счете — на их поведение. Поэтому ценностно-ориентационная функция оказалась сущностной для искусственно созданных сообщений, в то время как для речевых сообщений она является прикладной.

2. **Потребительские требования** обуславливают использование документа индивидуальными читателями (слушателями, зрителями). Это:

2а. *Содержательность* — бессмысленный набор знаков не может считаться документом; документ должен быть осмыслен, т. е. служить источником знаний, эмоций, стимулов.

2б. *Понимаемость* — если содержание текста не может быть воспринято (прочитано), то такой текст — не документ, ибо нельзя расшифровать его содержание.

2в. *Вещественность* — изображение, не имеющее стабильной, осязаемой формы не воспринимается людьми в качестве документа.

3. **Социальный прагматизм** заключается в использовании сущностных функций документов для **решения актуальных общественных задач**; здесь инициатива часто принадлежит органам управления.

3а. *Образовательная функция* (педагогическая, просветительская, воспитательная) — распространение знаний, этических норм, идеалов, убеждений, обеспечивающих социализацию личности.

3б. *Идеологическая функция* (агитационно-пропагандистская) — суггестивная популяризация каких-либо политических, религиозных, субкультурных доктрин (учений).

3в. *Вспомогательная функция* — содействие развитию специальных коммуникаций, обслуживающих профессиональные потребности социальных институтов; сюда относятся научно-вспомогательные, технико-вспомогательные, производственно-вспомогательные, военно-вспомогательные и т. п. функции документов, представляющих разные типы литературы.

3г. *Бюрократическая функция* — поскольку бюрократия зиждется на документных потоках и немислима без них, поддержку бюрократических систем можно считать одной из востребованных функций документации.

3д. *Художественно-эстетическая функция* — функция формирования и развития художественной литературы как особого, словесного вида искусства, а также изобразительного искусства, основанного на иконических документах.

3е. *Товарная функция* обусловлена тем, что все вообще документы являются продуктом труда, обладают рыночной стоимостью и могут функционировать как товар. Книготорговый социальный институт использует это качество произведений печати. Редкие книги, старинные рукописи, произведения живописи, графики, скульптуры могут стать предметом вложения капитала и превратиться в сокровища.

3ж. *Мемориальная функция* — отдельные документы приобретают особую социальную ценность, вплоть до музейных экспонатов, если они непосредственно связаны с тем или

иным историческим лицом, тем или иным событием (имеют автографы, пометки на полях, экслибрисы, легенды, относящиеся к ним и т. д.). Такие документы становятся *культурными памятниками*.

4. Реальное использование — это фактическое функционирование документов в духовной жизни отдельных людей:

4а. Познавательная функция. Общеизвестно, что «книга — источник знания» и, строго говоря, любой документ может быть использован в этом качестве; эта функция играет центральную роль в образовании и самообразовании.

4б. Гедонистическая функция свойственна произведениям художественной литературы и изобразительного искусства, выступающим в качестве источников эстетического наслаждения, положительных эмоций или просто увлекательного чтения; гедонистическую функцию можно назвать *культурно-досуговой*.

4в. Библиофильская функция — книги могут быть предметом страстного собирательства, коллекционирования, так же как и произведения искусства; здесь затрагивается эмоциональная сфера личности.

4г. Представительская функция — книжные собрания в доме — свидетельство образованности, начитанности, культурности хозяина.

4д. Функция личных реликвий выполняется документами, так или иначе связанными с биографией данного индивида. Сюда относятся семейные альбомы, подарки с автографами, дипломы, ордена и другие знаки отличия. Эту функцию можно назвать *еще лично-архивной*.

4е. Функция самовыражения автора, когда сочинение документа становится непринужденным актом творческого выражения личных талантов, способностей, убеждений, знаний, эмоций; творчество «по вдохновению».

4ж. Инструментальная функция — создание документов по профессиональной обязанности, ради честолюбия, славы, заработка или других меркантильных расчетов.

2. Коммуникационные барьеры

Ни один из родов коммуникации не обходится без барьеров, препятствующих движению смыслов. Мы определили четыре барьера, свойственных устной коммуникации: технический, межъязыковой, социальный, психологический, эти же барьеры, за исключением специфического для устного общения межъязыкового, обнаруживаются и в ДОКС.

1. Технический барьер состоит в недоступности нужных документов для реципиента. Если реципиенту известны выходные данные требуемой публикации, то библиотечно-библиографические службы, благодаря межбиблиотечной кооперации, способны рано или поздно предоставить ему если не сам документ, то его копию. Это задача **адресного поиска**, которая носит чисто технический характер и не имеет непознанных проблем.

Гораздо хуже, если реципиент способен только сформулировать тему, но не может назвать соответствующие ей документы. Тогда возникает задача **семантического поиска информации**, которая служит центральным предметом **теории информационно-поисковых систем (ИПС)**. В этой теории присутствуют технические проблемы (проблемы реализации ИПС), но гораздо важнее логические, лингвистические, психологические проблемы, не нашедшие пока удовлетворительного решения. Именно в силу несовершенства ИПС, обеспечивающих поиск в документальных хранилищах, остается актуальным кризис информации, выражающийся афоризмом **«мы не знаем, что мы знаем»**.

2. **Психологический барьер** при восприятии документов возникает вследствие **непонимания** реципиентом их смысла. Непонимание может распространяться на все типы документов: непонимание замысла художника встречается столь же часто, как непонимание замысла писателя. Мы ограничимся рассмотрением проблемы **понимающего чтения**, которое, очевидно, является разновидностью коммуникационного понимания. Различаются: коммуникационное познание — углубленное постижение содержания сообщения с целью извлечения нового для читателя знания; поверхностное коммуникационное восприятие, когда до глубинного смысла дело не доходит; псевдокоммуникация — механическое повторение текста. Психологические барьеры возникают не всегда; они тем ощутимее, чем усерднее стремится читатель постичь содержание книги. Рассмотрим суть дела более подробно.

Псевдокоммуникационное чтение иногда сталкивается с проблемой запоминания (зубрежка), но никогда не доходит до понимания. Классическим примером такого «псевдочтения» является чтение слуги Чичикова Петрушки. По словам Н. В. Гоголя, он «содержанием книг не затруднялся: ему было совершенно все равно, похождение ли влюбленного героя, просто букварь или молитвенник, — он все читал с равным вниманием; если бы ему подвернули химию, он и от нее бы не отказался. Ему нравилось не то, о чем читал он, но больше само чтение, или лучше сказать, процесс самого чтения, что вот-де из букв вечно выходит какое-нибудь слово, которое иной раз черт знает, что и значит». Петрушка имел реального предшественника — слугу поэта Шиллера, который хвастался, что в одну ночь, сидя у постели больного господина, прочел три тома сочинений Канта.

Поверхностное чтение соответствует коммуникационному восприятию, при котором психологические барьеры также мало тревожат. Исследования показали, что лишь около 10 % читателей художественной литературы стремятся к пониманию ее глубинного смысла. Вообще, досуговое, развлекательное чтение, как правило, является поверхностным. Поверхностное скорочтение — **профессиональный навык работников книги** — книготорговцев, библиотекарей, библиографов. Они относятся к литературе не как к источнику знаний или эстетических эмоций, а как к предмету труда или рыночному товару. С

этой целью практикуется «чтение пальцами», выборочный просмотр отдельных страниц, оглавлений, предисловия, заключения, чего достаточно для получения общего представления о книге.

Углубленное чтение — это деловое, а не досуговое занятие, чаще всего связанное с учебной, производственной деятельностью или самообразованием. Активное углубленное чтение (штудирование) — **вид коммуникационного познания**. Следы активного отношения к содержанию книги часто остаются на ее страницах. Вспомним пушкинское:

Хранили многие страницы
Отметку резкую ногтей.
Татьяна смотрит с трепетаньем,
Какою мыслью, замечаньем
Бывал Евгений поражен,
С чем молча соглашался он.
И на полях она встречает
Следы его карандаша.
Везде Онегина душа
Себя невольно выражает
То кратким словом, то крестом,
То вопросительным крючком.

Именно в процессе сознательного углубления в содержание произведения самобытного автора возникают барьеры непонимания, для преодоления которых даются **противоречивые рекомендации**. Эти рекомендации представляют собой **антиномии**, т. е. противоположные утверждения, истинность которых доказывается с одинаковой убедительностью. Например:

1а. Следует овладевать искусством медленного чтения, стараться правильно понять автора, делать выписки, конспектировать и многократно перечитывать текст. Ф. Ницше заявлял: «Филолог есть учитель медленного чтения».

1б. Следует овладевать техникой скорочтения, умением «перелистывать книгу», чтобы освоить как можно больше печатной продукции.

2а. Следует выбирать для чтения такие книги, содержание которых вас интересует, ибо интерес облегчает усвоение содержания и дает удовлетворение от чтения.

2б. Чтение — это труд, который может быть нелегким.

3а. Беспольных книг нет, в каждой книге при внимательном чтении можно почерпнуть новое и полезное знание,

3б. Подавляющее большинство печатной продукции относится к макулатуре и не заслуживает внимания.

4а. Нужно читать преимущественно новую, текущую литературу, чтобы не отстать от современной жизни, не впасть в старомодность.

46. Лучше читать классическую, общепризнанную литературу, следуя совету Генри Торо (1817—1862):

«Читайте прежде всего лучшие книги, а то вы и совсем не успеете прочитать их».

5а. Из книг можно узнать обо всем, познать мир в целом.

56. Без знания «некнижного» реального мира чтение книг — пустая и вредная трата времени, о чем свидетельствует печальная судьба Дон Кихота. Какую же стратегию и тактику освоения книжного мира выбрать человеку, решившему познать накопленную человечеством книжную культуру? Ответа на этот вопрос нет, ибо никто помочь не может. Главное ограничение включается в индивидуальной психике реципиента, а этот барьер неустраним.

3. **Социальные барьеры.** Главным из этих препятствий является *цензура*, которая имеет многовековую историю, заслуживающую специального рассмотрения. Надо заметить, что цензура — *специфический барьер* именно документной коммуникации; ее невозможно осуществить ни в устной, ни в электронной коммуникации, хотя попытки такого рода предпринимались властями.

3. Цензура как орудие коммуникационного насилия

В общем смысле **цензура** понимается как контроль и ограничение распространения по коммуникационным каналам каких-либо знаний (фактов, концепций), стимулов (призывов, волевых воздействий), эмоциональных настроений (возмущение, одобрение, скорбь и пр.). В Древнем Риме цензоры следили за соблюдением морали. **Цензурой** именуется также **официально учрежденная служба**, имеющая полномочия пресекать любые сообщения, нежелательные для власти. Цензурный контроль охватывает не только произведения письменности и печати или другие документы, но и театральные постановки, художественные выставки, научные собрания, публичные выступления и т.д.

Держателями цензуры являются как **государственная**, так и **духовная власть**.

Различаются виды цензуры:

- цензура **запретительная** или предварительная, когда для обнародования требуется предварительное разрешение цензурного ведомства; вызывающие подозрения произведения либо вовсе запрещаются к публикации, либо засекречиваются;

- цензура **карательная**, когда после выхода в свет неугодного властям произведения его издатель и автор подвергаются предусмотренным законом санкциям: конфискация тиража, штраф, заключение в тюрьму, закрытие неблагонадежного журнала или газеты и т. п.

Разновидностями карательной цензуры с точки зрения применяемых методов является **библиоцид и спецхран**.

Библиоцид — полное уничтожение тиража произведения печати, сожжение рукописной книги и т. п.

Спецхран — это «тюремное заточение», когда доступ к книгам читающей публики ограничен или вовсе исключен.

В результате получается следующая **классификация цензуры** (см. рис.).

Исторически цензура возникла во времена древнейших цивилизаций. Так, **Ашурбанипал** (ассирийский царь) удалял из своей библиотеки клинописные таблички, содержание которых ему не нравилось. Римская цензура активно действовала во времена империи. Известно, что **Овидий** (43 г. до н. э. — 17 г. н. э.) был выслан из Рима за трактат «Искусство любви», несколько позже в ссылке оказался **Ювенал** (римский поэт-сатирик, 65—128), позволивший себе сатирическое осуждение глупости и пороков римской знати. Император **Юлиан**, прозванный христианами «отступником», за недолгие годы своего владычества (361—363) уничтожил немало христианских текстов; христиане, в свою очередь, беспощадно сжигали сочинения античных язычников. Начиная с V века, римская церковь составляла списки запрещенных книг.



Цензурная практика докатилась до **Древней Руси** вместе с духовной литературой. Древнейший список рекомендованных для чтения книг дошел до нас в «Изборнике Святослава» и гласил: «Чтобы не прельститься ложными книгами — ведь от этого бывают многие безумные заблуждения — прими этот мой избранный любочисленник (перечень полезных книг) повествовательных книг (следует список из 42 названий). Тем самым имеешь все, что же кроме того, то не в их числе». В период с XI по XVIII века на Руси было распространено не менее 100 списков истинных (канонических) и ложных (отреченных или апокрифических) книг.

В Московии цензура как таковая была введена на Стоглавом соборе в середине XVI века. Книжное дело подчинено было двойной опеке: духовной и светской власти. В

постановлении собора были главы «о училищах книжных», «о исправлении книжном», «о книжных писцах», «о злых ересях», «о живописцах и честных иконах». По инициативе Ивана Грозного была принята 41-я глава, гласящая: «царю свою царскую грозу учинити и святителям всем во всех градах запретити с великим духовным запрещением, чтобы православные христиане впредь богомерзких книг еретических у себя не держали и не чли, а которые учнут у себя такие книги держати и чести, или учнут иных прельщати и учити, и им быти от благочестивого царя в великой опале и в наказании, а от святителей по священным правилам, быти в отлучении и проклятии». Однако это постановление осталось «гласом вопиющего», ибо не было механизма его реализации, т. е. цензурного ведомства.

Первым законодательным актом о цензуре в России был **указ Петра I** (1721 г.), предписывающий, чтобы все типографии России были «под ведением святейшего правительствующего Синода, от которого о печатании книг повеления требовать, а без повеления того духовного Синода никаких книг не печатать». Таким образом вводилась всеохватывающая церковная цензура. Но после смерти Петра этот указ выполнялся лишь частично. В 1728—1755 гг. Академия наук с ее типографией была единственным в России учреждением, выпускавшим книги светского содержания. В академической типографии печатались газеты, журналы, календари, собрания сочинений, древние летописи, художественная проза и поэзия, научная литература, книги по военному делу, государственные законы и многое другое. С самого начала президент Академии наук лейб-медик Блюментрост стал сам давать разрешения на печатание книг, без «позволения Синода». Тем не менее Синод иногда вмешивался в издательскую деятельность Академии. Например, он запретил печатать русские летописи «понеже в оных писаны лжи явственные».

В царствование Елизаветы Петровны (1741—1761) была осуществлена целая система цензурных мероприятий. Однако в 1747 г., после того как президентом Академии стал К. Г. Разумовский, Елизавета освободила академические издания от цензуры не только церкви, но и правительства. Теперь президент свободно распоряжался изданиями Академии, а в его отсутствие издательские вопросы решала академическая канцелярия (но не общее собрание академиков).

Цензурного ведомства как такового в России до 1796 г. не существовало. Его заменяла так называемая практика рецензирования. В качестве рецензентов часто привлекали академиков, особенно когда речь шла об изданиях академической типографии. (Академиками-цензорами были М. В. Ломоносов, В. К. Тредиаковский, С. К. Котельников и др.).

С елизаветинских времен ведет свою историю российский **спецхран**. В Академической библиотеке была заведена «**секретная камора**», где хранился фонд «заповедных книг», т. е.

книг, изъятых из обращения. В «секретную камору» попадали книги, которые напоминали о нелегитимности дворцового переворота, приведшего Елизавету на трон. Здесь хранились карты Сибири, чтобы они не «показывались кому не следует», диссертация академика Миллера о начале русского народа, которая была признана оскорбительной для русских.

Екатерина II, играя роль просвещенного монарха, уделила немало внимания литературе, театру, наукам, книгоизданию. Памятником монаршего **либерализма** явился **указ о вольных типографиях** (1783 г.), разрешавший «каждому по своей воле заводить типографии, не требуя ни от кого дозволения, а только давать знать о заведении таковом управе благочиния». Цензура над частными типографиями была возложена на управы благочиния (полицию). Но управы благочиния не были однако достаточно бдительны, чтобы предотвратить появление **«Путешествия из Петербурга в Москву»** А. Н. **Радищева** в 1790 г., где, в частности, Писалось: «Цензура сделана нянькою рассудка, остроумия, воображения, всего великого и изящного. Но где есть няньки, то следует, что есть ребята, ходят на помочах, от чего нередко бывают кривые ноги; где есть опекуны, следует, что есть малолетние, незрелые разумом, которые собою править не могут... Не дерзнут правители народов удалиться от стези правды и убоятся, ибо пути их, злость и ухищрения обнажатся».

Устрашенная французским вольномыслием и раздраженная Н. И. Новиковым, А. Н. Радищевым, Екатерина «в прекращение разных неудобств, которые встречаются от свободного и неограниченного печатания книг» 16 сентября 1796 г. издала **указ «Об ограничении свободы книгопечатания и ввоза иностранных книг»**. Устанавливалась обязательная предварительная цензура для всей издаваемой литературы, включая научную. Частные типографии, за небольшим исключением, упразднялись и создавались цензурные управления в Санкт-Петербурге, Москве, Риге, Одессе и при Радзивилловской таможне.

Павел I довел жестокость цензуры до крайности. 18 апреля 1800 г. он запретил ввоз в Россию каких бы то ни было иностранных книг, включая ноты. Он лично цензурировал книги.

Вступив на престол, Александр I отменил запрет на ввоз книг из-за рубежа. В 1802 г. он ликвидировал цензурные управления, введенные Екатериной в 1796 г., возложив тем не менее предварительное одобрение издаваемых книг на губернаторов. В 1804 г., когда было учреждено Министерство народного просвещения, цензура отошла под его ведение. Во вторую половину царствования Александра I цензурный контроль был ужесточен. **Карамзин**, имевший титул официального историографа, был вынужден лично обратиться к царю, чтобы добиться права бесцензурного печатания его **«Истории государства Российского»**.

Приобрел печальную известность своим невежеством и самодурством А. И. Красовский (1780—1857), служивший секретарем Императорской публичной библиотеки и в 1832—1857 гг. возглавлявший комитет иностранной цензуры.

А. Я. Панаева в своих воспоминаниях приводит замечания Красовского по тексту стихотворения В. Н. Олина «Стансы к Элизе» (перевод из В. Скотта).

О сладостно, клянусь, с тобою было жить,
Сливать с душой твоей все мысли, разговоры,
Улыбку уст твоих небесную ловить.

Замечание: Слишком сильно сказано, женщина недостойна того, чтобы улыбку ее называть «небесною».

И молча на тебе свои покоить взоры.

Замечание: Тут есть какая-то двусмысленность.

Что в мненье мне людей. Один твой нежный взгляд
Дороже для меня вниманья всей вселенной.

Замечание: Сильно сказано; к тому ж во вселенной есть и цари, и законные власти, вниманием которых дорожить должно.

О как бы я желал всю жизнь тебе отдать...

Замечание: что же останется Богу?

У ног твоих норой для песней лиру строить.

Замечание: слишком грешно и унизительно для христианина сидеть у ног женщины.

Все тайные твои желанья упреждать
И на груди моей главу твою покоить.

Замечание: стих чрезвычайно сладострастен.

В итоге цензор делает вывод: все эти мысли противны духу христианства, ибо в Евангелии сказано: «кто любит отца своего или мать паче Меня, тот несть Меня достоин».

Николай I, подобно своему отцу Павлу, подозрительно и настороженно относился к литературе, журналистике, книжному делу. С подачи министра народного просвещения А. С. Шишкова 10 июня 1826 г. царь утвердил чрезвычайно суровый **устав о цензуре**, неслучайно названный **«чугунным»**. О философской литературе говорилось категорично: «кроме учебных, логических и философических книг, необходимых для юношества, прочие сочинения сего рода, наполненные бесплодными и пагубными мудрствованиями новейших времен, вовсе печатаемы быть не должны». Предусматривался запрет периодических изданий «не имеющих хорошего образа мысли» и «имеющих вредное для читателей направление».

В 1828 г. Шишкова сменил князь Ливен, предложивший более мягкий цензурный устав. Впервые учреждались два параллельно существовавших комитета: один для отечественных, другой для иностранных изданий. Согласно этому уставу, в качестве цензоров в XIX веке привлекались профессора университетов и видные писатели. Так, цензорами по отечественной литературе были И.А. Гончаров, А. А. Григорьев, С. Т. Аксаков, а в иностранной цензуре сотрудничали Ф. И. Тютчев, А. Н. Майков и др.

Европейские революции 1848 г. послужили поводом для гонения на интеллигентское свободомыслие и резкого ужесточения цензуры. Семилетие 1848—1855 гг. справедливо называют временем *цензурного террора*. Состав цензоров был пересмотрен: вместо университетских профессоров в цензурных комитетах появились чиновники, для которых служба в цензуре была основным, а не побочным занятием. 2 апреля 1848 г. был создан специальный комитет, который должен был стать органом «для высшего надзора в нравственном и политическом отношении за духом и направлением книгопечатания». Комитет по имени его председателя Д. П. Бутурлина вошел в историю как **«Бутурлинский комитет»**.

По докладам Бутурлинского комитета в 1848 г. был сослан в Вятку **Салтыков**, а в 1852 г. арестован и сослан в Спасское-Лутовиново **Тургенев**; подвергались гонениям **славянофилы**. Специальными циркулярами запрещалось публиковать исследования по истории народных движений, фольклору и т. п.; резко сократилось общее число книг, журналов, газет, издаваемых в России.

Реформы Александра II сопровождались смягчением цензуры. Образованное общество жаждало гласности, свободы слова и печати. Характерный документ настроений той эпохи — стихотворение Константина Аксакова, страстного славянофила, названное «Свободное слово»:

Ты чудо из божьих чудес,
Ты мысли светильник и пламя,
Ты луч нам на землю с небес,
Ты нам человечества знамя.
Ты гонишь невежества ложь,
Ты вечною жизнью ново,
Ты к свету, ты к правде ведешь,
Свободное слово.

.....

Ограды властям никогда
Не зижди на рабстве народа,

Где рабство, там бунт и беда;
Защита от бунта — свобода.
Раб в бунте опасней зверей,
На нож он меняет оковы...
Оружье свободных людей —
Свободное слово.

В начале 1863 г. цензурные учреждения были переданы в Министерство внутренних дел, где, помимо полиции, жандармерии, политического сыска, местной администрации, находились такие коммуникационные службы, как архивы, почта, телеграф. В 1865 г. вышел указ «О даровании некоторых облегчений и удобств отечественной печати» и «Высочайше утвержденное мнение Государственного Совета о некоторых переменах и дополнениях в действующих ныне цензурных постановлениях». Нового устава о цензуре принято не было, но указанные директивные документы действовали 40 лет — вплоть до 1905 года.

Главная особенность цензурного законодательства 1865 г. состоит в освобождении от предварительной цензуры некоторых видов произведений печати и использование методов карательной цензуры. От предварительной цензуры были освобождены:

а) **в обеих столицах:** все оригинальные сочинения объемом не менее 10 п. л.; все переводы объемом не менее 20 п. л.;

б) **повсеместно:** периодические издания, освобожденные министром внутренних дел от предварительной цензуры; все правительственные издания; все издания академий, университетов, учебных обществ; все издания на древних классических языках и переводы с этих языков; чертежи, планы, карты.

Но если освобожденные от предварительной цензуры издания допускали проявления «вредного направления», они подвергались санкциям: предостережение и временная приостановка, прекращение издания, арест отдельных номеров журнала, запрещение печатать частные объявления и запрет розничной продажи. Таким образом у правительства было достаточно рычагов, чтобы уничтожить неугодные издания. На основании законодательства о печати 1865 г. были в следующем году закрыты «Современник» и «Русское слово», а впоследствии «Отечественные записки».

В. Мякотин проанализировал циркуляры Управления по делам печати с 1881 по 1898 гг. и выяснил, что запрещались к публикации:

- сведения об императоре и его семье, а также «затрагивающие честь турецкого султана»;
- сведения о «суждениях», происходящих в Государственном Совете и в Сенате;

- случаи скандалов, коррупции, судебных дел, касающихся представителей государственной власти, заодно не допускалась критика администрации императорских театров, ибо ее деятельность «наравне с действиями других правительственных учреждений подлежит только суждению высшего начальства, в данном случае директора императорских театров и министра двора»;

- статьи, «оскорбительные для чести русского войска или могущие ослабить уважение публики к военному сословию» или «поколебать основы военной дисциплины»;

- факты самоуправства домохозяев, антисанитарии домов, дабы «не возбуждать негодования общества против домохозяев, в особенности, когда домохозяевами состоят гласные думы»;

- сообщения о стачках, о спорах между фабрикантами и рабочими, между землевладельцами и крестьянами, а также о «предстоящем будто бы праздновании 25-летия освобождения крестьян» и о 750-летнем юбилее Москвы;

- сообщения о бедствиях типа холерной эпидемии, голода 1891 г., коронационной катастрофы на Ходынке; еврейский вопрос должен обсуждаться «спокойно и хладнокровно, без протеста и сочувствия евреям».

Короче говоря, чем важнее был тот или другой вопрос общественной жизни, чем более крупные интересы он затрагивал, тем меньше внимания ему уделялось в печати. Печать либо с лицемерным усердием пела хвалебные гимны, либо с серьезным видом занималась пустяками. Н. А. Рубакин цитировал «рукописное стихотворение 80-х годов»:

Так как пресса не прогресса,
А крамолы проводница,
А крамоле быть на воле
Уж тем боле не годится, —
Значит нужно для прогресса,
Чтоб была под прессом пресса.

Реакцией на постоянные цензурные ограничения стали:

- **бесцензурная** (вольная, свободная) **печать**, разновидностями которой является «**тамиздат**» — издания, публикуемые вне пределов данного государства (вспомним «Колокол» и «Полярную звезду» А. И. Герцена, «Искру» В. И. Ленина) и «**самиздат**» — издания (рукописи), тайно подготавливающиеся и распространяемые на территории страны-цензуродержателя;

- **эзопов язык** — изложение неугодных власти идей в подцензурных изданиях, благодаря особому способу изложения. Эзопов язык широко практиковался в дореволюционной печати. Салтыков-Щедрин писал: «С одной стороны, появились

аллегории, с другой — искусство понимать эти аллегории, **искусство читать между строками.**

Создалась особенная, рабская манера писать, которая может быть названа эзоповскою, — манера, обнаруживающая замечательную изворотливость в изобретении отговорок, недомолвок, иносказаний и прочих обманных средств. Цензурное ведомство скрежетало зубами, но, ввиду всеобщей мистификации, чувствовало себя бессильным и делало по службе упущения... И существовала эта манера долго-долго, существует и донныне.

Всего в **1865—1904 гг.** было **уничтожено 218 книг и закрыты 27 журналов**; было сделано 282 предупреждения 173 периодическим изданиям, 218 раз запрещалась их продажа. 205 книг, в том числе сочинения Л. Толстого, Н. Лескова, А. Герцена не допускались в публичные библиотеки и кабинеты для чтения.

Манифестом 17 октября 1905 г. была возвещена впервые в Российской империи **свобода слова, совести, собраний**, т. е. были признаны коммуникационные права человека. 24 ноября 1905 г. были изданы временные правила, отменявшие предварительную цензуру для периодических изданий и устанавливающие в случае нарушения закона **наказание** органов печати исключительно в **судебном порядке**. 26 апреля 1906 г. Николай II подписал указ, согласно которому для книг, брошюр также устанавливалась вместо предварительной карательная цензура. Это законодательство, соответствующее нормам, принятым в западноевропейских странах, сохранилось до марта 1917 г.

27 апреля 1917 г. Временным правительством был принят самый либеральный закон о печати, где провозглашалось: «Печать и торговля произведениями печати свободны. Применение к ним административных взысканий не допускается». Таким образом **цензура была ликвидирована** вообще. В силу слабости государственной власти социально-коммуникационные институты оказались полностью бесконтрольными и предоставленными сами себе.

В условиях послеоктябрьского военного коммунизма, нэпа, сталинского и послесталинского тоталитаризма цензура играла очень важную роль в механизме коммуникационного насилия, действовавшем в СССР.

4. Маршалл Маклюэн — пророк электронной коммуникации

Маршалл Маклюэн (1911—1980), канадский профессор, первоначально специализировавшийся в области английской литературы, а с 50-х годов посвятивший себя философии социальной коммуникации. В 60-е годы одна за другой вышли в свет его блестяще написанные и оригинально оформленные книги **«Галактика Гутенберга»** (1962 г.), **«Медиум — это Послание»** (1967 г.), **«Война и мир в глобальной деревне»** (1968 г.), которые принесли ему мировую славу и имидж «пророка из Торонто». Пророческий дар М.

Маклюэна проявился не только в афористичной форме его изречений, но и в тех картинах прошлого и будущего социальной коммуникации, которые рисовала его научная интуиция, а расцветчивала пылкая фантазия.

Главное **кредо веры** (методологический принцип) учения М. Маклюэна можно сформулировать так: **духовный и материальный прогресс человечества** определяют не орудия труда или освоение природы, не экономика, политика или культура, а **технология социальной коммуникации**, т. е. **коммуникационные каналы**, которыми располагают люди. В зависимости от доминирующих средств массовой коммуникации (mass media) история человечества делится на четыре эпохи:

- **Эпоха «дописьменного варварства»** характеризуется наивно-непосредственным отношением людей к окружающей среде. Их высшим коммуникационным достижением была членораздельная речь, воспринимаемая слухом, отсюда — формирование «человека слушающего». **«Человек слушающий»**, использующий естественные коммуникационные каналы, жил в открытом акустическом пространстве, был лично сопричастен происходящим вокруг событиям, что способствовало гармоническому развитию его психического мира.

- **Эпоха письменной кодификации** нарушила духовную гармонию и «сенсорный баланс» неграмотного варвара; теперь в коммуникации главенствует не слух, а **зрение**, не акустическое сообщение, а **умопостижимые тексты, закодированные письменами**. Приобщение к умственным операциям кодирования-декодирования смыслов сделало **человека рационалистическим** и расчетливым «сторонним наблюдателем исторического процесса». На смену племенному братству пришла феодальная раздробленность (детрибализация). Однако вплоть до XV века **ороакустический (устный) и визуальный (письменный) каналы коммуникации** находились в условиях **равновесия**.

- **Эпоха Гутенберга** окончательно покончила с природной гармонией первобытного человека. Наступила **«типографская эра»**, давшая возможность обращаться к **массовой «безличной» аудитории**. Человек становится **«умнее»** не за счет общения с другими людьми, а **за счет индивидуального чтения**. Вместо «человека слушающего» появляется **«человек смотрящий»**, у которого атрофированы все сенсорные каналы — слух, обоняние, осязание, вкус, зато **гипертрофировано зрение**. Личное мышление все больше уступает место **ориентации на печатное слово и «книжные» авторитеты**. Люди стали **доверять «мертвой букве» больше, чем живому слову**, отчуждение приобрело в обществе угрожающие масштабы. Зависимость людей от продукции «Гутенберговской Галактики» привело к **печальным последствиям**. По мнению М. Маклюэна, массовые **политические и религиозные движения, кровавые революции, мировые войны** — все это следствие гипнотического воздействия печатных изданий. Такие уродливые черты европейской

цивилизации, как **индивидуализм, эгоизм и всеобщее отчуждение, национализм и безбожие**, информационные перегрузки и психические расстройства, объясняются длительной **монополией книги** как господствующего средства коммуникации.

• **Современная эпоха — синтез «человека слушающего» и «человека смотрящего»** (стадия постнеокультуры). Электрические и электронные средства связи, по словам М. Маклюэна, это **«коммуникационная революция»** в истории человечества. Характерная особенность современных коммуникационных средств в том, что они оказывают воздействие не на отдельные органы чувств, а **на всю нервную систему человека**. Окружающая реальность снова предстает в своей живой конкретности, а человек получает иллюзию соучастия в текущих событиях. К людям возвращается **«сенсорный баланс» эпохи дописьменной коммуникации**. Электронные технологии общения способствуют **слиянию мифологического (непосредственного) и рационалистического (опосредованного) способов восприятия мира**, создают предпосылки для целостного развития личности. **«Электронная галактика»** на новой технологической основе воспроизводит **«первобытное единство коллективного сознания»**, превращая нашу планету в единую **«глобальную деревню»**. В этой «деревне» не будет индивидуализма и национализма, отчуждения, агрессивности и военных конфликтов. Грядущая всемирная цивилизация, — пророчил М. Маклюэн, — будет обществом **«гармоничной коммуникации» и «образного мышления»**, являющихся неперемнным условием формирования высших культур.

М. Маклюэн формулировал свои предвидения в 60-е годы, отталкиваясь от потенциала телевидения, появившегося в это время. Он предсказывал закат «Галактики Гутенберга» и появление гармоничного **«хомо телевизионис»**. Он не учитывал перспективы компьютерной техники, ибо в его время она еще не стала коммуникационным инструментом; не было персональных компьютеров, банков данных с дистанционным доступом, электронной почты, «мировой паутины» Интернет. Но Маклюэн предвидел появление «гипермедиа» — единства звука, статических и динамических изображений, реализованного в системах мультимедиа. С позиции метатеории социальной коммуникации большой интерес представляют его периодизация коммуникационных «эпох» и выводы о воздействии коммуникационных технологий на человеческую историю, правда, скорее напоминающие **наивные утопии**, чем научные прогнозы. Тем не менее есть основание считать Маршалла Маклюэна **пророком электронной коммуникации**.

Контрольные вопросы для самоподготовки студентов:

1. В чем состоит значение документного канала коммуникации.
2. Назовите функции документного канала коммуникации.
3. Каковы коммуникационные барьеры на уровне документного канала?
4. Объясните понятия «цензура», «библиоцид» и «спецхран».
5. Для чего существует цензурная практика?

6. Как совершенствование технологий влияет на коммуникации по М. Маклюэну?
7. Почему М. Маклюэна называют пророком электронной коммуникации.

Литература:

1. Моисеева А. П. Основы теории коммуникации : учеб. пособие. — Томск : Том. политехн. ин-т, 2004. С. 41-53.
2. Соколов А. В. Введение и теорию социальной коммуникации : учеб. пособие / А. В. Соколов. — СПб : СПбГУП, 1996. С.35-39.
3. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации: Учебное пособие / А. В. Соколов. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2002г. С. 71-111.