

Министерство образования и науки Российской Федерации
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ (ТУСУР)

ПРОЦЕССЫ КОММУНИКАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Томск 2016

Составитель: Покровская Е.М.

Процессы коммуникации в современном обществе. Учебное пособие (конспект лекций) для студентов всех направлений. Томск: Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2016. – 91 с.

Учебное пособие (конспект лекций) предназначено для студентов всех форм обучения высшего образования для активного участия в обсуждении материала на интерактивных лекционных, семинарских и практических занятиях. Пособие включает практическую часть и контрольные вопросы. Обращение к источникам, рекомендуемым в пособии, позволит студентам углубить знания по дисциплине.

© Покровская Е.М., 2016

© Томский государственный университет
систем управления и радиоэлектроники, 2016

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
1 Коммуникация как научная проблема.....	6
1.1 Комплексность и процессуальность коммуникации.....	6
1.2 Базис коммуникации: источник, кодирование, сообщение, канал, получатель, декодирование, обратная связь	10
1.3 Основные характеристики коммуникации: контекстуальность, динамичность, символический характер, предположительность, наличие следствий.....	14
1.4 Список использованных источников и литературы.....	18
2 Роль коммуникации в процессе информатизации общества	18
2.1 Формирование единого коммуникативного пространства в современном обществе	19
2.2 Электронная коммуникация как детерминанта общественного развития.....	23
2.3 Коммуникация как модель социального действия.....	28
2.4 Список использованных источников и литературы.....	34
3 Теория коммуникации как способ исследования общества.....	34
3.1 Множественность моделей коммуникации в социальных науках	35
3.2 Прикладные модели коммуникации	42
3.3 Социологические и психологические модели коммуникации.....	48
3.4 Список использованных источников и литературы.....	56
4 Культурно-антропологические основы межкультурной коммуникации	56
4.1 Основные этапы становления межкультурной коммуникации как отдельной отрасли знания в США, Западной Европе и в России	57
4.2 Национальная культура и межнациональное общение	68
4.3 Культурные нормы и культурные ценности	75
4.4 Список использованных источников и литературы.....	83
5 Вопросы для самоконтроля	84
6 Практикум	86
6.1 Индивидуальное задание 1	86
6.2 Индивидуальное задание 2	87
6.3 Индивидуальное задание 3	88
6.4 Индивидуальное задание 4	88
6.5 Индивидуальное задание 5	89

ВВЕДЕНИЕ

Учебное пособие «Процессы коммуникации в современном обществе» представляет собой конспективное изложение лекционного материала по одноименному курсу. Разделы пособия раскрывают основы процессов человеческой коммуникации, включают в себя базовые сведения по психологии межличностного процесса, влияния речевых ситуаций на социальные процессы. Целевая аудитория пособия – слушатели таких курсов, как: «Процессы коммуникации в современном обществе», «Культура речи и деловое общение», «Основы межкультурной коммуникации», «Коммуникативные стратегии толерантности в социокультурном пространстве». Вместе с тем, материалы пособия могут быть использованы широким кругом лиц, в том числе при работе с курсами «Менеджмент в молодежной политике», «Основы проектной деятельности», «Технологии развития экономической активности молодежи» и т.п. Основная задача пособия «Процессы коммуникации в современном обществе» – презентация в краткой и доступной форме необходимого минимума знаний, умений и навыков, которые помогут быть компетентным, успешным и эффективным коммуникатором в любой области общественной практики. В современной постановке общественных проблем, вызовов науки и техники развитие коммуникативных способностей актуализировано с особой очевидностью. Культура речи и деловое общение выступают сегодня главным коммуникативными навыками, необходимыми личности и востребованными работодателями. Исследования, проведенные в последние несколько лет, в том числе и в ТУСУР, показывают, что практически для любого вида деятельности главное – это владеть навыками вербальной межличностной коммуникации. Для успешной карьеры в сфере бизнеса, науки, образования, управления или любой другой, коммуникационные умения выступают условием Вашего успеха. Учебное пособие «Процессы коммуникации в современном обществе» включает рассмотрение теоретических оснований и подходов в изучении процессов коммуникации; содержит практико-ориентированные задания,

позволяющие акцентировать внимание на элементах коммуникативной компетенции. «Совершенствование навыков» – девиз авторов учебного пособия. Для рефлексии и оценки полученных знаний в структуре пособия предусмотрены блоки вопросов для самоконтроля. Система заданий в программах направлена на последовательное разворачивание следующих шагов: 1. Теоретическое понимание. 2. Практическое использование навыков. 3. Рефлексия.

Успехов Вам!

1 КОММУНИКАЦИЯ КАК НАУЧНАЯ ПРОБЛЕМА

Комплексность и процессуальность коммуникации. Базис коммуникации: источник, кодирование, сообщение, канал, получатель, декодирование, обратная связь. Основные характеристики коммуникации: контекстуальность, динамичность, символический характер, предположительность, наличие следствий и пр.

1.1 Комплексность и процессуальность коммуникации

Коммуникация, под которой в широком плане понимаются способы общения, позволяющие передавать и принимать разнообразную информацию, является объектом изучения многих наук. Каждая наука вычленяет из коммуникации как объекта исследования свой предмет изучения.

Технические дисциплины изучают возможности и способы передачи, обработки и хранения информации, создание специальных кодов - систем определенных символов и правил, при помощи которых можно представить необходимую информацию.

В прикладных исследованиях особое значение приобретают задачи, связанные с коммуникацией - разработка диалоговых систем типа «человек – компьютер», совершенствование статистических методов обработки и анализа информационных данных, создание искусственного интеллекта, реализация машинного перевода. Эти задачи разнообразны - от создания обучающих программ для овладения коммуникативными навыками на иностранном языке до методов преодоления нарушения речи как медицинской проблемы.

Этнография изучает бытовые и культурологические особенности коммуникации как общения в этнических ареалах.

Психология и психолингвистика рассматривает факторы, способствующие передаче и восприятию информации, причины, затрудняющие процесс межличностной и массовой коммуникации, а также мотивированность речевого поведения коммуникантов.

Лингвистика занимается проблемами вербальной коммуникации - нормативным и ненормативным употреблением слов и словосочетаний в речи - устной и письменной, диалогической и монологической.

Паралингвистика специализируется на способах невербальной коммуникации - жестах, мимике и других несловесных коммуникативных средствах.

Социолингвистика исследует проблемы, связанные с социальной природой языка и особенностями его функционирования в различных социумах, а также механизм взаимодействия социальных и языковых факторов, обуславливающих контакты между представителями различных социальных групп.

В общую систему связей надо добавить и действия и явления, обозначаемые понятием коммуникация (от лат. communicatio – сообщаю, делаю общим, связываю, общаюсь. Под коммуникацией в человеческом обществе подразумевают общение, обмен мыслями, знаниями, чувствами, схемами поведения и т.п.

Процессуальность коммуникации заключается в том, что все вокруг процессы, а именно процесс перекодировки вербального в невербальное или перекодировка невербальных характеристик в вербальные.

Коммуникация у человека протекает в основном в рамках двух основных каналов: вербального и визуального. Именно в этой области чувств у человека оказались более совершенные порождающие и анализирующие аппараты. Собака, к примеру, может различать сорок тысяч вариантов запаха, что недоступно человеку. Механизмы анализа и порождения должны дополняться соответствующими механизмами запоминания. А в области запаха или вкуса человек уже не имеет такой четкой системной памяти.

Коммуникативные процессы в соответствии с моделью Г. Бейтсона идут на двух уровнях: коммуникативном и метакоммуникативном. Коммуникативный уровень понимается стандартно, а метакоммуникативный уровень задает модус передаваемого сообщения. Г. Бейтсон пришел к своей

теории, наблюдая над играми обезьян. Его интересовал вопрос, как обезьяны понимают в конкретном случае, что покусывание — это не ссора, а игра. Ответ состоял в том, что обезьяна передает метакоммуникативное сообщение, дающее нужную интерпретацию передаваемому содержанию.

Коммуникация может быть иерархической (с приоритетностью прямой связи) и демократической (с приоритетностью обратной связи). Для иерархической схемы важен приказ, для демократической - убеждение. Для иерархической схемы наиболее важна чистота канала связи, поскольку в ней сообщение, если достигнет получателя, всегда будет выполнено. Не так обстоит дело с демократической схемой, теперь получатель имеет право выбора: выполнять или нет поступившее сообщение. Это связано с еще одним отличием: в рамках иерархической коммуникации перед нами сцепка «начальник — подчиненный», у подчиненного нет иного выбора кроме послушания. В демократической схеме мы имеем дело со свободным человеком. В иерархической власть говорит в режиме монолога, а не диалога. Выступая в роли автора, власть порождает один Текст, тогда как в случае демократической коммуникации идет порождение множества текстов, что невозможно в иерархической схеме. Любой другой текст там сразу же объявляется еретическим. Все вышеперечисленные различия мы можем представить в виде следующей таблицы 1:

	Иерархическая коммуникация	Демократическая коммуникация
приоритетная связь	прямая	обратная
получатель	подчиненный	свободный человек
коммуникативное действие	приказ	убеждение
тип коммуникации	МОНОЛОГ	диалог
текст	ОДИН	МНОГО

Наиболее распространенной и исследованной является дихотомия устной/письменной коммуникации. Они различимы по своему словарю (абстрактные — конкретные, длинные — короткие слова), по своему синтаксису (длинные - короткие предложения). Письменная коммуникация не включает в фиксацию такие явления, как хезитация (выражение сомнения), что иногда фиксируется как: «э-э-э» и т.д. Отсюда следует, что письменная коммуникация отнюдь не является простой фиксацией устной, поскольку она выбирает из нее исключительно характеристики, способствующие усилению авторитетности своего слова.

Современный исследовательский подход к изучению коммуникации может быть разделен на две парадигмы: *механистическую* и *деятельностную*. Под парадигмой здесь подразумевается система близких взглядов ряда ученых, совпадающих по своим основополагающим принципам. В механистической парадигме под коммуникацией понимается однонаправленный процесс кодирования и передачи информации от источника и приема информации получателем сообщения. В деятельностном подходе коммуникация понимается как совместная деятельность участников коммуникации (коммуникантов), в ходе которой вырабатывается общий (до определенного предела) взгляд на вещи и действия с ними.

Более подробно различные модели коммуникации рассмотрим позднее, сейчас же отметим существенные различия двух подходов. Для механистического подхода характерно рассмотрение человека как механизма (механицизм = «философия заводной игрушки»), действия которого могут быть описаны определенными конечными правилами, контекст внешней среды коммуникации здесь рассматривается как шум, помеха. Для другого подхода характерны *процессуальность*, *континуальность*, *контекстуальность*. В целом, последний подход более близок к реальности жизни и более гуманистичен. В то же время, для некоторых прикладных применений теории коммуникации не вредно пользоваться механистическими метафорами (*обмен информацией*), не забывая при этом об условности этого термина.

Коммуникация происходит не только в человеческих социальных системах. Определенного рода коммуникация характерна и для животных (брачные танцы птиц, токование глухаря, язык пчел и др.), и для механизмов, т.е. созданных человеком предметов (трубопроводы, канализация, транспорт, телеграфные и телефонные сигналы, взаимосвязь компьютеров в интернете и т.п.; при этом сюда не следует включать человеческую коммуникацию с помощью механизмов). В технической сфере слово коммуникация весьма часто употребляется во множественном числе: *коммуникации* (трубы можно подсчитать). Человеческая же коммуникация – понятие неисчисляемое, поэтому употребление множественного числа в этой области не совсем уместно. Правильно говорить о средствах и видах коммуникации, способах и участниках ее, т.е. использовать счетные слова (как, например, *килограмм сахара, чашка чая, вид и способ деятельности, разновидности коммуникации* и т.п.). Использование множественного числа: *коммуникации и их разновидности*, аналогично просторечно-разговорному *два чая, три кофе, две информации* и связано, по-видимому, с тем, что сфера общественных наук в последнее время пополнилась не очень грамотными специалистами по трубам и коммуникациям. Интересно, что подобная проблема возникла и в английском языке. Там конкурируют две формы: неисчисляемая *communication* и исчисляемая *communications*, – и два мнения, о том, какую из них следует употреблять по отношению к *human communication*.

1.2 Базис коммуникации: источник, кодирование, сообщение, канал, получатель, декодирование, обратная связь

Основная цель коммуникации — обеспечить взаимопонимание людей, участвующих в информационном обмене. Однако сам факт обмена информацией еще не гарантирует эффективности общения. Довольно часто передаваемое сообщение оказывается неправильно понятым и, следовательно, коммуникация — неэффективной. Для того чтобы лучше понять сущность

процесса обмена информацией и условия его эффективности, рассмотрим основные элементы и стадии коммуникационного процесса.

Процесс коммуникации возможно осуществлять при наличии следующих основных элементов: **отправитель, сообщение, канал связи, получатель.**

Отправитель - лицо, стремящееся донести определенные идеи с помощью передаваемой им информации.

Сообщение - информация, имеющая определенную форму и закодированная с помощью соответствующих символов.

Канал связи - средство передачи информации.

Получатель - лицо, которому отправитель адресует передаваемое сообщение.

Процесс коммуникации можно представить в виде последовательности нескольких взаимосвязанных этапов. Эти этапы наглядно показаны на рисунке 1 в виде графической модели информационного обмена.

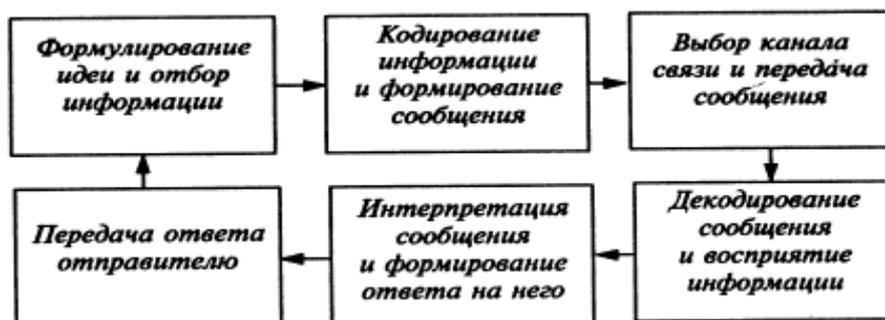


Рисунок 1. Модель процесса коммуникации

Очень часто процесс коммуникации занимает всего несколько минут или даже секунд и на практике сложно выделить и разграничить его отдельные этапы. Однако мы кратко проанализируем каждый из них, чтобы лучше понять их содержание.

- **Формулировка идеи.** Обмен информацией всегда начинается с формулирования идеи и отбора информации для сообщения. Отправитель решает, какую именно идею он хочет сообщить своему адресату. Это чрезвычайно важный этап, так как именно он во многом определяет эффективность процесса в целом. Очень часто можно наблюдать, как

непродуманная или неудачно сформулированная идея служит источником недоразумений и препятствует достижению взаимопонимания. Поэтому главное для отправителя еще до передачи сообщения — четко определить, что именно должен понять получатель и насколько эти идеи уместны и адекватны конкретной ситуации. Итак, идея сформулирована, однако она еще не имеет определенной формы, в которой может быть передана получателю. Придать ей эту форму — задача следующего этапа.

- **Кодирование информации и формирование сообщения.** Для того чтобы передать свою идею, отправитель должен с помощью символов, понятных получателю, закодировать информацию, придав ей определенную форму. В качестве таких символов могут использоваться слова (звуки, буквы), интонации, жесты, рисунки (графические изображения) и т. д. Такое кодирование превращает идею в сообщение.

- **Выбор канала связи и передача сообщения.** Одновременно с кодированием отправитель выбирает и канал связи, соответствующий типу символов, использованных для кодирования, и целям коммуникации. К таким общеизвестным и часто используемым каналам относятся: почта, телефон, телефакс, электронная почта, компьютерные сети и т. д. Если канал связи непригоден для физического воспроизведения определенных символов, передача информации невозможна или затруднена. Так, например, вряд ли можно получить адекватное представление о проекте нового здания по передаче сообщения по телефону. Но не менее важно, чтобы выбранный канал соответствовал идее и цели сообщения, иначе обмен информацией теряет эффективность. Например, если руководитель хочет предупредить подчиненного о недопустимости совершенного им нарушения правил и делает это во время непринужденной личной беседы, между прочим, а не официальным письмом или на совещании, он не должен удивляться, если работник не воспримет идею серьезности своего проступка.

В ряде случаев, обмениваясь информацией, желательно не ограничиваться единственным каналом связи, а использовать определенное

сочетание средств передачи информации. Хотя это и усложняет коммуникационный процесс, зато повышает его результативность. Так, исследования показывают, что одновременное использование средств обмена устной и письменной информацией обычно эффективней, чем обмен только письменными сообщениями.

Выбрав канал, отправитель использует его для передачи сообщения получателю. Речь здесь идет только об одной из операций — физической передаче информации, занимающей часто лишь считанные секунды, которую, однако, иногда ошибочно принимают за весь процесс коммуникации.

- **Декодирование и восприятие информации.** Чтобы воспринять информацию, заключенную в сообщении, получатель должен декодировать его. Декодирование — это, по сути, перевод символов сообщения в мысли получателя. Если символы, использованные отправителем, имеют для получателя такое же значение, он правильно поймет смысл сообщения и заложенную в нем идею. Однако в силу ряда причин, которые рассмотрены ниже, в процессе передачи информации возникают *различного рода помехи и искажения (шум), способные изменить смысл сообщения.*

Для того чтобы компенсировать негативное влияние шумов и повысить эффективность обмена информацией, в коммуникационных процессах используется обратная связь. Под обратной связью здесь понимается реакция получателя на принятое им сообщение. Обратная связь необходима, чтобы понять, насколько правильно было воспринято и понято сообщение. Менеджер не должен считать, что смысл всего сказанного или написанного им будет понят в точности так, как он задумал, и ему следует, поэтому, наладить обратную связь с получателем.

Такая обратная связь реализуется с помощью двух завершающих этапов коммуникационного процесса.

- **Интерпретация сообщения и формирование ответа.** На этом этапе отправитель и получатель меняются местами: получатель становится отправителем и формирует свой ответ, в котором содержатся его

интерпретация полученного сообщения и реакция на него, а первоначальный отправитель — получателем, ожидающим сообщения—ответа.

- **Передача ответа.** Сформированный ответ передается получателю по выбранному каналу связи, замыкая тем самым цикл коммуникации.

Следует иметь в виду, что для достижения взаимопонимания может потребоваться несколько таких циклов и соответственно больше времени. Но хотя процесс коммуникации с обратной связью протекает медленнее, он гораздо более точен и эффективен по сравнению с односторонней связью.

1.3 Основные характеристики коммуникации: контекстуальность, динамичность, символический характер, предположительность, наличие следствий

Есть культуры, где мало выслушать словесное высказывание. Чтобы понять его, нужно хорошо представлять себе, в какой ситуации оно произнесено, кто его сказал, кому и в какой форме. Но есть культуры, где для понимания достаточно одних словесных высказываний. Другими словами, существуют культуры, в которых контекст очень важен, и культуры, в которых значение контекста невелико, то есть существуют **высоко- и низкоконтекстуальные культуры.**

В качестве высококонтекстуальной культуры можно привести китайскую культуру и письменный китайский язык. Чтобы хорошо знать китайский язык, необходимо знать подтекст, выдающихся личностей и китайскую историю. Также нужно знать систему произношения, в которой есть четыре тона, причем изменение тона означает изменение значения. Смысл высказывания невозможно понять и без знания социального статуса адресата. Дело в том, что в китайском языке (как и во многих других азиатских языках) обозначается социальное положение человека по отношению к говорящему. Это делается при помощи так называемых почтительных суффиксов или префиксов и с помощью уважительных или уничижительных слов. Подобная языковая

модель, отражающая важность иерархического контекста, отсутствует в большинстве европейских языков и поэтому зачастую становится причиной непонимания в коммуникации.

Итак, культуры различаются в зависимости от того, какое значение в них придается словам. На Западе старая традиция ораторского искусства (риторики) наглядно демонстрирует исключительную важность вербальных сообщений. Эта традиция в полной мере отражает западный тип логического, рационального и аналитического мышления. На Западе речь воспринимается независимо от контекста разговора, и поэтому ее можно рассматривать отдельно, вне социального контекста. Здесь в коммуникации говорящий и слушающий рассматриваются как два самостоятельных субъекта, чьи отношения становятся понятными из их устных высказываний. Это не означает, что на Западе совсем не придается значения невербальным средствам и другим контекстуальным элементам, но подчеркивается, что говорящего вполне можно узнать по его индивидуальному речевому способу воздействия на собеседника.

И, напротив, в азиатских и восточных культурах, для которых контекст имеет большое значение, слова считаются составной частью коммуникативного контекста в целом, включающем также личные качества участников общения и характер их межличностных отношений.

С этим связано и традиционное недоверие азиатских культур к словам, в отличие от западных, которые всегда верили в силу слов. Традиции восточных культур скорее учитывают культурные ожидания и правила, чем самовыражение с помощью слов. Без контекстуальной основы манера произношения и подачи высказывания считается менее значимой или даже лживой (вводящей в заблуждение).

Большинство европейских культур, для которых контекст не очень важен (французская, немецкая), имеют сходную культурную традицию. Эти культуры в высшей степени одобрительно относятся к тем, кто выражает свои мысли и чувства ясно, просто и прямо.

Очевидно, что наше общение с людьми, которые говорят на другом языке и используют другую систему вербального поведения, может легко привести к непониманию или к ошибочным суждениям, если мы будем думать, что их система вербального общения совпадает с нашей.

Кратко обобщив вышесказанное, отметим, что коммуникативные процессы протекают и приобретают для нас тот или иной смысл лишь в определенном контексте. Один и тот же разговор может иметь для нас разную значимость, наделяться разными смыслами в зависимости от того, рассматриваем ли мы его в контексте конкретного коммуникативного эпизода (где, когда, с кем, при каких условиях мы вступили в разговор); либо в контексте отношений (кто мы друг для друга в этом разговоре, друзья, коллеги, соперники); либо в контексте той или иной культуры и культурных отношений (например, отношений полов, возрастов, отношений социально-экономических, профессиональных, этнических и т.д.). Коммуникация - это основной социальный процесс со-творения, сохранения-поддержания и преобразования социальных реальностей. Коммуникация, и в более узком смысле, общение, не есть служебный процесс, не есть лишь средство достижения определенных целей (например, я вступаю в разговор, чтобы выразить уже существующие внутри меня мысли, чувства, отношения). Коммуникация есть формирующий процесс. В самом фундаментальном смысле коммуникация есть состояние человеческого бытия, способ человеческого существования, тот основополагающий, первичный социальный процесс, в котором мы, его неизбежные участники, совместно создаем, воспроизводим и преобразуем наши социальные миры, качества нашего существования. Коммуникация, в этом смысле, есть сама жизнь, и, по известной аксиоме П. Вацлавика, *«one cannot not communicate»*.

Тезис о социально-созидающей роли коммуникации считаем фундаментальным для осмысления этого явления. Коммуникация - не просто процесс обмена информацией, это процесс создания некой общности, в котором мы осмысливаем информацию и соотносим наши смыслы со смыслами наших

коммуникативных партнеров, создавая, таким образом, определенную степень взаимопонимания. При этом происходит не столько самовыражение и передача-прием уже сформированных смыслов, сколько совместное смылосозидание. Сколько бы мы, например, ни старались порой спланировать, проиграть в голове предстоящий с кем-либо разговор, реальный разговор никогда не разворачивается точно так, как мы его себе представляли. Реальное течение разговора конструируется высказываниями, реакциями на высказывания и осмыслениями этих реакций одновременно каждым из участников. Реальное течение разговора всегда динамично и диалогично, поэтому динамичен и диалогичен и смысл, который мы создаем в процессе разговора. Если высказывание, прозвучавшее в начале разговора, может первоначально восприниматься нами в одном смысле, то в свете каждого нового высказывания предыдущие смыслы, как правило, изменяются, уточняются, дополняются. Смыслы, таким образом, - постоянно изменяющиеся, «текущие» образования.

Коммуникация - процесс, в котором мы конструируем не только свою социальную реальность (или реальности), но и свое собственное «я». Представители социальных подходов к коммуникации, продолжая традиции символического интеракционизма Джорджа Герберта Мида и Эрвинга Гоффмана, рассматривают «восприятие себя» не как фиксированное внутреннее образование, а как социально-культурный конструкт, постоянно модифицируемый в зависимости от того, с кем и как мы вступаем во взаимоотношения. Иначе говоря, с разными людьми, в том или ином кругу общения, я могу иметь разные представления о себе, разную самооценку как отражение мнений обо мне «обобщенного другого».

Коммуникация - процесс создания общих смыслов посредством использования символов, среди которых первоочередная роль принадлежит языку, отсюда - признание значимости социолингвистических и семиотических исследований в социальных подходах к коммуникации.

1.4 Список использованных источников и литературы

1. Конецкая В.П. Социология коммуникации. М.: Межд. Ун-т Бизнеса и Управления, 2001.
2. Минюшев Ф.И. Социология культуры. Учебное пособие. М., 2009
3. Орлова Э.А. Введение в социальную и культурную антропологию. М.: МГИК, 2001.
4. Потапова Р.К. Речь: коммуникация, информатизация, кибернетика. Учебное пособие для вузов. М.: Радио и связь, 1999.
5. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии XX века. М., 2003.
6. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. М.: Рефл-бук, 2001.
7. Соколов А.В. Общая теория коммуникации. М., 2002.
8. Социальные коммуникации в 21 веке: теория, практика, технология. М., 2001.
9. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. – М., 2000.
10. Тоффлер Э. Шок будущего. М.: АСТ, 2001.
11. Уэбстер Ф. Теории информационного общества. М.: Аспект-пресс, 2004.
12. Хохлова Е.А. Коммуникационные процессы информационного общества в контексте социально-философского анализа // Вестник РФО, №1, 2003.

2 РОЛЬ КОММУНИКАЦИИ В ПРОЦЕССЕ ИНФОРМАТИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА

Формирование единого коммуникативного пространства в современном обществе. Электронная коммуникация как детерминанта общественного развития. Коммуникация как модель социального действия

2.1 Формирование единого коммуникативного пространства в современном обществе

Когда работа с информацией/знаниями стала одной из производительных сил общества, появились страны (Япония и т.п.), которые строят свое экономическое благополучие в значительной степени используя эту сферу. Иные интересы экономики извлекают другие типы инфраструктур. Например, Дж. Сакс в числе объяснений экономических результатов правления Б. Клинтона называет и вложения в науку, и расширение вовлеченности молодых американцев в получение высшего образования. Страна начинает «наращивать иные мускулы», создавая свое благополучие, опираясь на иные сферы. Э. Тоффлер говорит об информации как о сырье: «Для цивилизации Третьей волны одним из главных видов сырья, причем неисчерпаемым, будет информация, включая воображение».

Все это в значительной степени связано с тем, что современное общество вышло на более сложный этап своей организации, требующий для успешного функционирования более совершенных процессов координации, в более серьезной степени опирающийся на информационные процессы. Аналогичный пример наблюдался в период возникновения письменности в Китае.

Конец двадцатого века вывел процессы коммуникации на новый уровень, когда в них в значительной степени оказались заинтересованными государства и в военной области. Речь идет о феномене информационных войн (операций). Впервые на эту тему заговорил Э. Тоффлер в своей теории типологии войн. Войны аграрного периода велись за территории, войны индустриального периода - за средства производства. Войны информационного века будут вестись за средства обработки и порождения информации/знаний. Согласно американским оценкам 120 стран в настоящий момент ведут разработки в этой области.

Анализ угроз очень важен для такой науки, как национальная безопасность, которая часто трактуется как менеджмент угроз. Таким образом, существует набор из следующих угроз:

- информационные технологии представляют опасность для всех стран,
- при этом отсутствуют легальные механизмы противодействия им, одобренные всем международным сообществом,
- возникновение новых методов манипуляции восприятием, эмоциями, интересами и выбором,
- доступность больших массивов информации для всех (включая террористов).

Перед нами возник новый аспект роли коммуникации в обществе. Новой задачей стал контроль этого информационного пространства для достижения соответствующего информационного доминирования.

Военные аналитики назвали войну в Косово первой медиа-войной, когда постоянный показ драматических визуальных картинок серьезно влиял на политическую и военную союзную коалицию. Для стран СНГ таким примером медиа-войны является Чечня-1 и Чечня-2. Современные страны, например, США, сталкиваются и с другими видами информационного воздействия, с которыми они не готовы оперировать. При этом они не носят военного характера и по этой причине государство не имеет адекватной системы реагирования на них. Это могут быть разного рода информационные атаки с помощью масс-медиа, это может быть психологическое воздействие на все население с целью подорвать доверие к лидерам и их действиям. Кстати, общая схема всех этих рассуждений такова: чем сильнее становится страна в информационном отношении, тем более уязвимой может становиться ее информационная инфраструктура. Точнее можно сказать, что у страны появляются новые точки уязвимости, которых не было на предыдущем этапе ее развития.

Новый информационный мир по-иному выстраивает свои приоритеты, опирается на новые типы возможностей. И статус наук коммуникативного

цикла непрерывно возрастает. В этой области также появились свои «глобалисты», замкнувшие на коммуникацию весь мир. Это Маршалл Маклюэн и Элвин Тоффлер.

Концепцию М. Маклюэна можно описать несколькими основополагающими идеями. Во-первых, это повышение роли самого канала коммуникации, который задает в ряде случаев само сообщение. Маклюэн также подчеркивал, что современные средства коммуникации уже передают не столько само сообщение, сколько его автора, например, имея в виду телевидение. Во-вторых, всеобщность его подхода привела к рассмотрению мира как одной глобальной деревни, единство которой достигается за счет СМИ. В-третьих, Маклюэн предложил очень интересное разграничение «горячих» и «холодных» СМИ. Горячие средства загружают орган чувств полностью, холодные — из-за недостаточной информационной определенности заставляют подключаться все органы чувств. Радио, с его точки зрения, является горячим средством, телевидение — холодным, поскольку радио «не вызывает такой высокой степени соучастия аудитории в своих передачах, как телевидение. Его роль в том, чтобы создавать звуковой фон или устранять шумы, как в случае с подростком, открывшем в радиоприемнике средство отгородиться от своего окружения. Телевидение не подходит для создания фона. Оно завлекает вас, и без этого, что называется, не обойтись».

Подобные концепции интересны еще и тем, что моментально проникают в массовое сознание, возможно, даже изначально создаются не только в расчете на специалистов.

□ Коммуникативное пространство структурировано первичными и вторичными коммуникативными процессами. Вторичные (или послекоммуникативные) процессы связаны с обсуждением и распространением информации, впервые полученной по первичному процессу. Только тот первичный коммуникативный процесс имеет успех, который затем продолжается во вторичных процессах. К примеру, рассказ о вылитом Жириновским стакане сока распространялся более активно, чем сам первичный

процесс. Кстати, вся поп-культура базируется на приоритетности вторичных процессов.

Человек по-разному ведет себя, когда он находится один и когда он в массе. Человек в массе становится более подвержен воздействию, поскольку наблюдается нивелирование его чувств. Но в любом случае массовое воздействие возможно только с опорой на массовое, а не индивидуальное сознание.

Особенности собственно коммуникативной организации будут представлены мифологической и художественной формами. Современное коммуникативное пространство характеризуется заимствованием методов, получивших признание как в одном дискурсе, так и в другом. Политики используют инструментарий актеров по завоеванию сердец своего электората. Художественная коммуникация заимствует инструментарий документального модуса. Все подчинено усилению эффективности воздействия, поэтому результативный метод, где бы он ни возник, сразу же применяется в соседних областях. Художественное кино влияет на теленовости. Оно влияет и на политику, когда проблема городской преступности становится главной темой на муниципальных выборах, хотя эта приоритетность продиктована не ее реальным весом, а распространенностью на экранах детективного жанра как наиболее выигрышного с точки зрения художественного модуса. Исходя из этого, законы коммуникативного пространства могут быть сформулированы как определенные законы коммуникативного притяжения и отталкивания.

Каждое общество с помощью своих СМИ строит собственный миф, который и задает структуры построения коммуникативного пространства. Задачей его становится формирование единой картины мира, что и способствует единению нации. К примеру, американский миф ценит такие параметры как свобода, определенный нарциссизм (все самое лучшее может быть только в Америке), возможности роста для всех (каждый чистильщик обуви может стать миллионером). Австрийский миф империи Габсбургов определялся гедонизмом, направленностью на наслаждение от жизни.

Советский миф, наоборот, акцентировал трудовой энтузиазм, мы находились в состоянии постоянной стройки века. Это внутренняя составляющая. Во внешней составляющей советского мифа акцентировалась постоянная борьба за мир. При этом советский человек нормы общественные ставил выше норм биологических. Каждая цивилизация характеризуется своим самописанием, поэтому вербальный срез становится очень важным для нее. Но вербальный мир более удобен для построения мифа, поскольку реальности могут не подчиняться желаниям, вербальный же мир подчиняется всегда.

Вполне закономерно, что на первое место в строительстве мифов выходят публичность, поскольку они специализируются в области коммуникаций с массовым сознанием. Так, Россия, проиграв информационную войну в Чечне, полностью перестроила свою пропаганду, положив в ее основу новую мифологию. При этом российская правительственная комиссия констатировала, что массовое сознание не работает с рациональными доводами, что в массовом сознании уже выстроен миф чеченской войны, и сегодня можно строить только анти-миф. То есть перед нами уже совершенно иной вариант осмысления коммуникативной ситуации.

2.2 Электронная коммуникация как детерминанта общественного развития

Возникновение человеческой речи приблизительно 40 тыс. лет назад в коммуникативистике нередко называют «первая коммуникативная революция». Язык стал основным средством общения и передачи информации. Этот процесс совершенствовался по мере изобретения различных технических средств связи: письма, печати, газет, телефона, телеграфа, радио, телевидения, но ни одно из них не умаляет ведущей роли языка как основного истинно человеческого средства общения. За первой коммуникативной революцией последовали еще три, также связанные с совершенствованием средств передачи сообщений: возникновение письменности, изобретение печатного станка, развитие электронных масс-медиа.

Письменность. Возникновение письменности, положившее начало переходу от словесной культуры к письменной, датируется приблизительно 3-м тысячелетием до н.э. Самыми ранними формами письма были предметное письмо, в котором средствами передачи смысла служили различные предметы (например, стрела или меч могли означать объявление войны, а зеленая ветвь – предложение мира; разновидность предметного письма можно назвать «язык цветов», принятый на Востоке), а также узелковое письмо, получившее распространение у скотоводческих племен для учета поголовья стад, где количество узелков соответствовало количеству животных. Непосредственными предшественниками современного письма стали пиктографическое (рисуночное) и иероглифическое письмо. Они до сих пор используются некоторыми народами. В устной (преимущественно) культуры к книжной и значительно увеличило размах коммуникаций. Книга, отпечатанная типографским способом, стала достоянием широкого круга читателей. Историки культуры отмечают, что китайцы еще в конце 9 в. первыми стали использовать наборную печать в виде вырезанных деревянных блоков. Приблизительно в 1440 г. наборная печать была открыта в Германии И. Гуттенбергом (1399-1468), а печатание первой знаменитой Библии Гуттенберга было закончено в 1456 г. Новый способ распространился очень быстро и ознаменовал начало «эры Гуттенберга». Россия вступила в «эру Гуттенберга» через сто лет, при Иване Грозном, когда в 1564 г. В Москве И. Федоровым и П. Мстиславцем была напечатана первая книга на русском языке – «Апостол». Изобретение Гуттенберга использовалось практически в неизменном виде вплоть до конца 18 в. В 1866 г. У. Буллоком была создана ротационная машина, печатающая одновременно на обеих сторонах бумажного полотна и потому исключительно удобная для выпуска газет. Спустя два десятилетия в США появилась строкоотливная машина – линотип, а в 1897 г. – буквоотливная наборная машина – монотип, значительно облегчающая корректуру и верстку.

Промышленное производство книг повлекло за собой значительные социокультурные последствия. Во-первых, быстрый рост научной и

образовательной сферы общества и увеличение доли грамотного населения. Во-вторых, развитие книгопечатания сказалось на развитии библиотечного дела. В-третьих, оно привело к возникновению целой отрасли производства – бумажной промышленности. Развитие полиграфии и бумажной промышленности обусловило появление и быстрый рост журнально-газетной индустрии. Так, возник мощный канал массовой коммуникации - пресса, воздействие которой на массовое сознание по праву снискало ей титул «четвертой власти». Пресса начинает успешно конкурировать с книжным производством, а в некоторых странах, например в России в 19 в., становится центром культурного и литературно - публицистического процесса.

Электронная коммуникация. Четвертая коммуникативная революция связана с возникновением и развитием электронных средств коммуникации, возникновение и развитие которых решало ряд проблем, связанных с передачей и получением сообщений, благодаря колоссально возросшим скорости и объему передаваемой на большие расстояния информации. Начало было положено созданием техники *телеграфии*. Еще в 1267 г. Р. Бэкон высказал мысль о том, что для связи на дальние расстояния можно использовать «симпатическую иглу» (природный магнит). В 1746 г. Английский естествоиспытатель Уотсон передал электрические сигналы по проводу длиной около двух миль. Таким образом, представление о дальней связи с помощью некой невидимой субстанции возникло уже очень давно, но реализовано оно было лишь в 19 в. В нашей стране изобретателем электромагнитного телеграфа считается русский ученый П.Л. Шиллинг (1786-1837). В 1832 г. Он создал первый электромагнитный телеграфный аппарат и продемонстрировал первую телеграфную передачу. Однако его аппарат имел ограниченный диапазон действия и не обеспечивал запись принимаемых сигналов. Более совершенную модель телеграфа (релейный телеграфный аппарат) предложил С.Ф. Морзе (1701-1872) – американский портретист, переквалифицировавшийся в техника. Его изобретение обеспечивало дистанционную передачу сообщений с использованием специального двоичного кода – «азбуки Морзе».

Изобретателем *телефона* был А.Г. Белл (1847-1922) – шотландец, эмигрировавший в Америку. В 1876 г. Белл и его ассистент Т.А.Уотсон получили патент США на телефонный прибор. В 1878г. первая в мире общественная телефонная линия начала функционировать в Лондоне. В России первые городские телефонные станции начали действовать в 1882 г. в Петербурге, Москве, Одессе и Риге. К концу 19 в. телефонная связь распространилась по всему миру. В то же время продолжались поиски более быстрых и дешевых, чем телефонная, способов передачи сообщений на большие расстояния. Это могла обеспечить только беспроводная связь. В 1894 г. итальянский радиотехник и предприниматель Г. Маркони (1874-1937) начал свои эксперименты, а в течение 1895 г. он добился успеха, посылая простейшие сигналы на расстояние более 3 км. В России работы по созданию радиопередающего и принимающего устройства велись физиком и электротехником А.С. Поповым (1859-1906). Весной 1895 г. Он продемонстрировал изобретенный им первый в мире радиоприемник. К лету 1897 г. Попову удалось достичь дальности радиосвязи 5 км, а в 1901г. – около 150 км. Началась эра радиосвязи на большие расстояния. Для первых радиосообщений использовалась азбука Морзе, но уже в 1906г. появилась возможность передавать человеческий голос. Человеческая речь и музыка впервые прозвучали по радио в Великобритании в 1907г. Еще в начале 20 в. Маркони предсказал, что вскоре появится «видимый телефон». Активная работа по его созданию велась в России. Профессор Санкт-Петербургского технологического института Б.Л. Розинг 22 мая 1911 г. произвел первый в мире опыт передачи изображения по проводам на расстояние. Им была создана электронно-лучевая трубка – прообраз современного кинескопа. В 1925 г. в Лондоне Дж. Берд осуществил беспроводную передачу изображения человека из одной комнаты в другую. Через три года из студии Борна Британская радиовещательная корпорация (Би-Би-Си) провела сеанс первого в мире публичного телевизионного вещания. В 1936 г. Би-Би-Си начала регулярное телевидение на весь мир. Новое средство коммуникации по своей

эффективности значительно превзошло все предыдущие, стал складываться новый тип культуры – экранной, сочетающей звуковые и визуальные способы передачи и восприятия сообщений. В 1940 г. появились первые пробные цветные телевизионные программы – это было начало цветного телевидения. Постепенно начали формироваться межнациональные телевизионные связи. Так, в 1959 г. телесети 12 европейских стран объединились в сеть Евровидения. Создание телекоммуникационных спутников позволило телевидению стать поистине всемирным явлением.

В последнее время конкуренцию спутникам составила *волоконно-оптическая* связь. Волоконно-оптический кабель более надежен с точки зрения обеспечения устойчивости и безопасности передачи. Связь по нему осуществляется быстрее, слышимость значительно лучше, а затраты на его производство во много раз меньше, чем на производство медного кабеля. В декабре 1988 г. вступил в действие первый телефонный кабель с использованием волоконной оптики, проложенный через Атлантический океан. Этот кабель позволял вести телефонные разговоры одновременно 40 тыс. абонентам, что в 3 раза превышало объем трех существующих медных кабелей и спутниковой связи. Во второй половине 1990-х гг. была установлена связь с использованием волоконной оптики между всеми континентами. Огромное значение для развития коммуникаций имело быстрое развитие компьютерной техники. Сегодня компьютеры и коммуникационные технологии становятся все более тесно связанными. В результате поступающая информация может обрабатываться в неизмеримо больших объемах и гораздо быстрее, чем раньше. Ключевым моментом такого схождения стало превращение информации в цифровую, т.е. ее выражение в последовательности двоичных чисел.

Таким образом, спутники, волоконная оптика и современные компьютерные технологии создали фундамент принципиально новой системы коммуникационных связей. Она приобрела поистине глобальные масштабы. Новые системы коммуникаций позволяют передавать со скоростью света

любую информацию в любой форме – звуком, текстом, цифрами или изображением – любому человеку, находящемуся в любой точке планеты.

Очевидно, что изменения, происходящие в современном социальном пространстве оказывают существенное влияние на содержание и направленность коммуникативных процессов.

2.3 Коммуникация как модель социального действия

Классификация проблем, связанных с возможностями социально-психологической адаптации в условиях коммуникации: 1) структурно-функциональные изменения коммуникативного пространства современной цивилизации как системы; 2) разрушение в результате глобального наступления новых информационных технологий (телевидение, Интернет и пр.) традиционных, исторически сложившихся механизмов трансляции социального опыта и поиск новых коммуникативных форм адаптации человека к современным цивилизационным условиям его бытия; 3) изменение ценностных ориентаций и мотивации поведения человека, в контексте современных экономических, политических и социокультурных процессов.

Так, сложившееся еще на заре человеческой истории мировосприятие, разделяющее мир по принципу «свой – чужой», «мы – они» в современных условиях информационного общества вступило в новую фазу деления мира либо по культурно-территориальным признакам (Восток-Запад), либо конфессиональным (мир христианский - западный христианский и православный, мусульманский, а также другие модификации подобного направления), либо культурным или цивилизационным параметрам (западная, латиноамериканская, африканская, исламская, китайская, индуистская, православная, японская), либо по уровню экономического развития (Север - Япония - Юг).

Дуальность сознания на ранних стадиях общественного развития с одной стороны порождалась узостью коммуникационных связей и закрытостью

коммуникационного пространства родовых общин, образа жизни в племени. С другой стороны, - эта же способность сознания способствовала стабилизации общественных связей внутри социумов, способствовала формированию социальных механизмов социокультурной преемственности, закрепления и воспроизводства социального опыта в ряду поколений.

Проявление подобной дуальности (мы и все другие) на уровне идеологии (религии, политики или обыденного сознания) в современных условиях глобализации, углубления интеграционных процессов несет в себе реальную угрозу социальной и культурной конфронтации на религиозной, этнической, языковой почве. Единое информационно-коммуникативное пространство современного мира, создаваемое такими завоеваниями цивилизации, как глобальная система Internet, средства связи и передвижения огромных масс людей, должно, казалось бы, по многим объективным признакам усиливать естественное стремление людей к объединению, гармонизации человеческих отношений, выработке новых подходов к решению социальных и экономических проблем, стоящих перед человечеством. В действительности же многополярность современного миропорядка «вывернула» новые проблемы, ориентированные, прежде всего, на культурно-коммуникативную сферу социальной реальности. Идеи диалога культур, этноконфессионального консенсуса, толерантности и т.д. возникли в ответ на резко обозначившуюся потребность в необходимости «снятия» противостояния государств, политик, религий, культур и всего того многообразия противоречий, присутствующих в настоящее время и присутствовавших в человеческом сообществе на протяжении тысячелетий его существования.

Наряду с тенденциями поиска путей установления диалога культур, достижения консенсуса, формирования толерантного сознания и других коммуникативных форм достижения хотя бы относительного взаимопонимания, согласия, терпимости в восприятии «Другого» совершенно отчетливо обозначилось и иное направление в развитии общественных процессов - поиск систематизации и закрепления в коммуникативных формах

культурной идентификации. В данном контексте с особой актуальностью вырисовывается идея Э. Сепира и Б. Уорфа о лингвистической обусловленности некоторых черт культуры, а также то внимание к проблемам лингвистики, которое отмечается в последнее время в ракурсе исследований коммуникативной ситуации постиндустриальной цивилизации. В свете сказанного выше решение проблемы теснейшим образом связано с исследованием специфических особенностей современной коммуникативной ситуации и коммуникативных процессов, складывающихся под влиянием определяющих условий информационного общества, а также изменений мотивации и форм поведения людей, происходящих под влиянием этих условий.

Начнем с первого, т.е. анализа особенностей коммуникативной ситуации и коммуникативных процессов, складывающихся в мире со второй половины XX века, т.е. в условиях нарастающих тенденций глобализации.

Глобализация как феномен современного развития цивилизации характеризует переход к новому мировому порядку, новой системе отношений, в корне меняющей веками складывающуюся упорядоченность общения между людьми. Установление нового миропорядка оказалось процессом очень сложным и крайне противоречивым, что проявилось не только в переходе ведущих стран мира к постиндустриальной фазе развития общества со всеми присущими для нее признаками информационной цивилизации. Она была связана с распадом мировой системы социализма и крайне затрудненным ее вхождением в рыночные отношения. Наиболее глубокие противоречия и вызванные ими изменения коснулись коммуникативной сферы современной социальной реальности.

К противоречиям, оказавшим наибольшее влияние на коренные изменения в области коммуникативного взаимодействия, мы относим следующие. Во-первых, это противоречие между глобализацией и интеграцией общественных процессов, с одной стороны, а, с другой, - индивидуализацией

человека, намечающимися тенденциями демассификации средств и систем информации, а следовательно, демассификации личности и культуры.

Во-вторых, противоречие между усилением тенденций глобализации и сопротивлением этому процессу со стороны национально-государственных образований, а также со стороны общественности этих стран, выступающей за экономический и культурный суверенитет своих народов.

В-третьих, это противоречие между вестернизацией, а точнее американизацией, всех сфер общественной жизни и стремлением народов сохранить свои историко-культурные традиции и духовность как основание этнической идентификации.

В-четвертых, это противоречие между потенциальными возможностями новых коммуникативных технологий и СМИ в накоплении и распространении знаний, с одной стороны, а, с другой, - реальное положение дел с газетно-журнально-книжной культурой и искусством, а, следовательно, и традиционными формами гуманитарного общения.

Тенденция к унификации форм экономического развития, связанных со стандартизацией материальной предметно-вещественной сферы образа жизни по западным образцам в целом не вызывает негативного отношения со стороны незападных государств, если, конечно, эти процессы не ведут к прямой экономической экспансии со стороны развитых стран. Другое дело область культуры, национальных традиций, коммуникативного взаимодействия и духовной преемственности. Стремление к национальному самосохранению, нередко принимающему форму этнического и религиозного обособления, находит концептуальное обоснование в разработке теорий антиглобализма, содержанием которых является объективный анализ последствий вестернизации и культурного колониализма со стороны ведущих в экономическом плане стран мира, прежде всего США.

Формируемая в условиях «мозаичной культуры» личность отличается фрагментарностью духовного мира, неустойчивыми эмоциональными реакциями, краткосрочными коммуникационными связями. И поэтому

концепция «глобальной деревни» не совсем точно и полно отражает суть явления. Деревня как социальная организация, строится по принципу тесных родственных и устойчивых соседских связей, определяющих коммуникативное пространство и духовные установки людей. Не «глобальная деревня» с ее устойчивой внутренне непротиворечивой коммуникативной ситуацией, а «глобальный мегаполис» является образом социальной действительности, порождаемой «мозаичной культурой», и выражает конфликт вынужденно связанных между собой условиями образа жизни мегаполиса, но имеющих право на независимую личную жизнь людей.

«Вынужденное общение», занимающее львиную долю времени современного человека, оказывает разрушающее воздействие на человека прежде всего потому, что система личностных ценностных установок моего «Я» не совпадает со множеством подобного рода систем «Других». И при отсутствии звеньев, механизмов связи между людьми в условиях глобализации, где «чужого», «другого» кратно больше, чем «своего» идентичного «себе», накапливается синдром усталости, агрессивной неопределенности, отчуждения, неудовлетворенность жизненными возможностями и т.д. В поисках «себя» в условиях все большей атомизации личности и погружения в виртуальный мир, создаваемой компьютерной техникой искусственной реальности, человек все меньше ориентируется на «Другого».

Если проследить за комплексом социальных доминант, на которые ориентируется западный мир в новых условиях, то можно было бы выделить следующие сферы общественной жизни:

I. коммуникативная сфера, в которой приоритеты отдаются СМИ, совершенствование деятельности которых осуществляется через укрепление законодательной базы, повышение моральной ответственности и профессионализм журналистов. Особое внимание уделяется службам по связям с общественностью (PR), которые обеспечивают понимание между взаимодействующими субъектами социальных процессов, способствуют

установлению социальной стабильности и гармонизации отношений между людьми.

II. сфера семейно-бытовых отношений, поддерживающих престиж семьи через СМИ, по правительственным, региональным и муниципальным каналам, деятельность религиозных организаций и т.д.

III. сфера языковой культуры, направленная на регламентацию коммуникационных процессов, на решение проблем межкультурной коммуникации. Предметом особого внимания становится проблема изучения роли языка в формировании культуры мышления, философские проблемы дискурса и т.д., о чем свидетельствуют многочисленные работы в этих областях, издаваемых в Западной Европе и США, а в последнее время и в России. В зоне особого внимания оказалась проблема возникновения новых и модернизация прежних языковых игр, причиной распространения которых является изменчивость и фрагментарность современной коммуникативной ситуации и в особенности коммуникативно-информационных процессов постиндустриальной цивилизации.

Современное коммуникативное поле (поле взаимодействия людей) характеризуется высокой мобильностью не только человека, но и социальных систем и социальных институтов, сокращением времени, отводимом на межличностное длительное общение, появлением новых информационно-коммуникативных технологий, способствующих сокращению времени связей между людьми.

Основными особенностями современного социокультурного коммуникативного пространства являются: интеграция экономической, политической и духовно-информационной сфер жизни большинства стран мира, интеркультурные связи, рост различного вида коммуникаций, формирование особого открытого для всех информационного подпространства (благодаря всеобщей сети Интернет и компьютеризации общества). Процесс взаимодействия культур, ведущий к унификации, вызывает разную реакцию от стремления к сохранению самобытности до проницаемости собственных

культурных границ. Изменившиеся условия формирования информационного общества отражаются и на представлениях о личности в культуре. Мы являемся свидетелями становления нового типа личности, для которой характерна восприимчивость к новым реалиям современности, социальному заказу, адекватная реакция на общественное воздействие и умение его формировать, не просто многоязычие, но знание и понимание различий собственной и чужих культур. Успех в различных областях деятельности зависит от способности быстро адаптироваться к различным социокультурным условиям. Личность современного типа предстает как типичный носитель своей национальной культуры, адаптированный к интеркультурной среде.

2.4 Список использованных источников и литературы

1. Вежбицкая А. Понимание культур через посредство ключевых слов. — М.: Языки славянской культуры, 2001.
2. Маклюэн М. Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего. 2-е изд., М.: Академический Проект, Гаудеамус, 2013.
3. Психология коммуникации: Психология коммуникации / Смольникова Л.В., Покровская Е.М. - 2016. 115 с. Режим доступа: <https://edu.tusur.ru/publications/5979> (Дата обращения: 20.11.2016)
4. Сакс Дж. Цена цивилизации. М.: Издательство Института Гайдара, 2012.
5. Соколов А.В. Общая теория коммуникации. М., 2002.
6. Тоффлер Э. Шок будущего. М.: АСТ, 2001.
7. Шеманов А.Ю. Самоидентификация человека и культура. М.: Академический проект, 2007.

3 ТЕОРИЯ КОММУНИКАЦИИ КАК СПОСОБ ИССЛЕДОВАНИЯ ОБЩЕСТВА

Множественность моделей коммуникации в социальных науках. Прикладные модели коммуникации. Возможности применения математических

моделей в социальных процессах. Психологические модели коммуникации. Герменевтическая модель как способ описания социальных явлений. Коммуникация в рамках системного подхода. Социологические модели коммуникации. Лингвистический подход как универсальная модель социальной коммуникации.

3.1 Множественность моделей коммуникации в социальных науках

Любая модель как путь познания представляет собой попытку отразить явления реального мира в понятиях абстрактной теории. Поскольку модель должна отражать определенные стороны оригинала, то, естественно, построение моделей подчинено задаче наиболее точного отображения его свойств. Конструирование и изучение моделей реально существующих явлений осуществляется на предметной, знаковой, структурной, поведенческой основе.

Моделирование социальных систем предполагает определенное абстрагирование, идеализацию и их применение в комплексе с другими общенаучными и специальными методами. Моделирование коммуникационных систем также подчинено определению или улучшению характеристик интересующего исследователя объекта. Имеется мнение о том, что первую модель коммуникации разработал Аристотель. Линейную цепь «оратор - речь - аудитория» он рассматривал как основные элементы акта коммуникации.

Предметные модели предполагают воспроизведение определенных функциональных характеристик объекта. В знаковых моделях, построенных на основе естественного или искусственного языка, главным является преобразование знаковых конструкций и их понимание. Моделированию подвергается либо структура объекта, либо его поведение.

Лавинообразное развитие информационно-коммуникативных систем различного уровня (от локального до глобального) требует применения методов модельного представления и исследования систем коммуникации и коммуникационных процессов. Различные подходы к рассмотрению

коммуникации ложатся в основу достаточно сильно отличающихся друг от друга моделей.

В теоретических исследованиях коммуникации рассматриваются либо как действие (односторонний процесс передачи сигналов без осуществления обратной связи), либо как взаимодействие (двусторонний процесс обмена информацией), либо как коммуникативный процесс, в которой коммуниканты поочередно и непрерывно выступают в роли источника и получателя информации. Это обстоятельство и является одним из основных критериев классификации моделей коммуникации. Другим основанием классификации, на основе которого строятся простейшие модели, выделяются четыре основных компонента коммуникации (источник, сообщение, канал, получатель).

Исследователи структурируют модели коммуникации по различным основаниям (социологические, психологические, семиотические). Г.Г. Почепцов выделяет марксистские, литературные, театральные, герменевтические, фольклорные, культурологические, прагматические, нарративные, текстовые, философские, игровые, антропологические, вещественные, деконструктивистские, постструктуралистские, математические, кибернетические, разведывательные, конфликтологические и др. коммуникации. Очевидно, что все отмеченные модели коммуникации, кроме как по отмеченным основаниям, можно проструктурировать по функциям, содержанию, форме, целям и задачам.

Как мы уже отмечали, коммуникация это с одной стороны система, а с другой - и действие, и взаимодействие, и процесс. Для каждой из отмеченных коммуникаций строятся свои модели. В простейшей модели коммуникации в виде действия источник коммуникации посылает сигнал, который принимает адресат. Обратная связь в таком виде коммуникации отсутствует. В ставшей классической модели коммуникации американского политолога Г. Лассуэлла элементы коммуникации включены в модель в порядке ответа на вопрос: КТО? – сообщает ЧТО? - по какому КАНАЛУ? – КОМУ? - с каким ЭФФЕКТОМ?

Большую известность получила линейная модель Шеннона-Уивера, построенная по тому же принципу. Она смоделирована на основе изучения эффективности распространения радиоволн и сигналов в телефонном кабеле. Модель включает источник информации, передатчик, сигнал, канал, приемник, цель сообщения, источник помех. В своей книге «Математические теории коммуникации» отмеченная модель была перенесена на социальные коммуникации. Авторы выделили три уровня анализа процесса коммуникации: технический, семантика сообщений, эффективность понимания сообщения получателем. Авторы на техническом уровне рассматривают влияние процесса кодирования, устранения помех и др. на улучшение процесса коммуникации. Семантические проблемы связаны с интерпретацией сообщения получателем (приемником). Успешность воздействия полученного сообщения на поведение характеризует эффективность коммуникации.

В коммуникационной модели профессора Уильбура Шрамма сигнал взаимодействует с социальной средой, превращаясь в сообщение. Коммуникацию У. Шрамм определил как акт установления контакта между отправителем и получателем с помощью сообщения. При этом предполагается. Что отправитель и получатель имеют общий смысл, позволяющий кодировать и отсылать сообщение, которое адресат в состоянии принять и расшифровать. В одной из своих моделей У. Шрамм вводит интерпретатора и обратную связь, делая модель саморегулирующейся. Включение канала обратной связи между коммутатором и реципиенту дает возможность последнему передать обратное сообщение о принятом сигнале. При необходимости получатель информации может по своей инициативе передать сообщение. Превращаясь при этом на этот момент из субъекта в активный объект коммуникации.

В известной кибернетической модели Норберта Винера управленческая информация, возвращаясь к источнику, стремится противодействовать отклонению управляемой величины от управляющей. Винер рассматривает стабилизирующиеся системы не только на техническом, но и на общественном уровне. Общественная система также функционирует оптимально, если по

каналу обратной связи возвращается на ее вход достоверная информация, способная вызвать противодействие нежелательным отклонениям.

Давид Берло помещает источник и получателя сообщения в социально культурную среду которая воздействует на содержание сообщения посредством обратной связи. Он вычленяет пять возможных каналов коммуникации (зрительный, слуховой, осязательный, вкусовой, обонятельный). По его мнению успех коммуникации определяется совпадением установок и знаний у источника и адресата. Модель удобна для анализа содержания сообщения.

Отечественный специалист по семиотике Юрий Воронцов в линейную модель коммуникационного процесса, включающую пятнадцать компонентов, ввел дополнительно различные фильтры и поля:

1. Источник коммуникации.
2. Коммуникатор.
3. Сообщение.
4. Коммуникационный канал.
5. Коммуникант.
6. Экстра-лингвистический параметр сообщения.
7. Источник механических помех.
8. Источник семантических помех.
9. Классовые и социальные фильтры.
10. Личностно-индивидуальные фильтры.
11. Семантические поля.
12. Поля коммуникационной обстановки.
13. Потери информации.
14. Обратная связь «коммуникант-коммуникатор».
15. Обратная связь «коммуникант - источник информации».

Линейные модели упрощают понимание последовательности событий. Однако в реалии коммуникация представляет собой сложное многоуровневое и не всегда последовательные действия субъектов, обменивающихся информацией. Не всегда информация создается в одном месте, а потом, через

какое-то время принимается в другом месте получателем, как, например это происходит при обмене сообщениями с помощью технических средств. Линейные модели в большинстве случаев не отражают реальное состояние системы. На практике же часто происходит не просто последовательный обмен информацией, а протекают более сложные процессы, вовлекающие в свою структуру не только людей, а их мысли, чувства, отношения, социальный опыт, эмоционально-психическое состояние и многое, многое другое. Иначе, между коммуникантами располагается актуальная социальная ситуация.

Наиболее распространенная нелинейная модель коммуникации разработана Теодором Ньюкомбом. Модель имеет вид равностороннего треугольника, вершины которого составляют коммуникант, коммуникатор и социальная ситуация. Взаимодействие коммуниканта с коммуникатором осуществляется как с учетом социальной ситуации, так и без учета таковой. Если коммуниканты сориентированы друг к другу положительно, то они будут стремиться к совпадению своих отношений к рассматриваемой ситуации. При негативном отношении друг к другу отношение коммуникантов к рассматриваемой ситуации не будет совпадать.

В циркулярной модели в отличие от линейной человек одновременно и постоянно выступает и как источник, и как получатель информации. Здесь линейная модель трансформируется в непрерывный процесс коммуникации. Первым циркулярную модель коммуникации представил немецкий коммуникативист Г. Малецке. В традиционных компонентах коммуникации (коммуникатор, сообщение, получатель, медиум) под медиумом он подразумевает одновременно и каналы коммуникации, и информационный носитель. Г. Малецке вводит понятие «имиджа коммуникатора» и «имиджа получателя». В области обратных связей рассматривает давление на коммуникатора содержания сообщения и медиума, а медиума - на получателя. С точки зрения получателя он выделяет четыре уровня анализа: структурный, социального окружения, принадлежности к аудитории и самоимиджа.

Другая циркуляционная модель, представляющая собой двухуровневую систему окружностей, была предложена Элизабетом Андерсом, Лорином Стаатсом и Робертом Бостромом. На первом уровне (круге) создаются стимулы для обмена в режиме «сообщение-ответ» между отправителем и получателем во втором уровне системы.

Двухступенчатая (многоступенчатая) модель коммуникации впервые была обоснована в 1940 году во время проведения избирательной кампании в штате Огайо (США), а более подробно разработана при изучении механизмов формирования общественного мнения в г. Декатуре (штат Иллинойс) в 1955 году. Социологи П. Лазарсфельд и Р. Мертон предположили, что сообщение, посланное аудитории, достигает вначале наиболее авторитетного члена группы. Исследования подтвердили предположение о том, что при усвоении содержания полученной информации люди склонны прислушиваться, прежде всего к тем, кто для их окружения является наиболее влиятельным и компетентным. Такими лидерами чаще являлись неформальные лидеры. Определенное суждение, предлагаемое аудитории средствами массовой информации, приводится в конкретное действие, чаще всего, посредством механизма межличностных коммуникаций. Причем наибольшее влияние на принятие решение оказывают лидеры. Сообщения в системе массовых коммуникаций склонные идти «на поводу» аудитории, т. е. аудитории дается та информация, которая нужна ей и понятна. Иначе она не будет включена в систему коммуникаций. Так аудитория проявляет свою гомогенность (однородность), а исходная информация вступает во взаимодействие со всей массой людей и с каждым в отдельности. Однородность людей как членов массы реализуется через поведение людей. В то же время люди входят в состав различных слоев, страт, групп, институтов общества, т. е. составляют неоднородное по структуре сообщество. Тем не менее, «люди, становясь членами массы, начинают вести себя независимо от ролей, определяемых их социальным положением».

Среди объемных моделей определенное распространение получила мозаичная модель Л. Бейкера, состоящая из маленьких кубиков, четыре грани которых соответствуют источнику, получателю, посланию и каналу коммуникации. Все кубики объемной системы соприкасаются четырьмя гранями.

Другую модель объемной коммуникации представляет спиральная модель Фрэнка Дэниса. В ней коммуникационный цикл не замыкается, коммуникация продвигается вперед, повторяя пройденные этапы развития на новом уровне.

Одной из разновидностей объемной модели является диффузная модель Э. Роджерса. По мнению автора модели в системе массовой коммуникации нет необходимости влиять сразу на всех. Важно, прежде всего убедить критические пять процентов. Когда пропагандируемая идея овладевает умами одной пятой части населения, дальше она «растекается» сама по всем уровням объемной социальной структуры и ее уже невозможно остановить. Любая новая идея проходит через шесть этапов: внимание, интерес, оценка, принятие, подтверждение. Э. Роджерс реципиентов по степени восприимчивости инноваций разделил на пять типов: инноваторы; ранние принимающие; раннее большинство; позднее большинство; поздние принимающие. Инноваторы, способные сразу «схватывать» новые идеи, составляют 2,5 %. Большинство лидеров мнений формируются из числа ранних принимающих, составляющих 13,5% населения. С этой категорией людей советуются при принятии каких-либо решений. Раннее большинство, включающее в себя 34% населения, принимает новые идеи чуть раньше чем их примет среднестатистический гражданин. Только после того, как среднестатистический гражданин признает новую идею, 34 % скептиков, составляющих позднее большинство, примут ее. И, наконец, 16% населения (поздние принимающие) подозрительно относится к новым идеям.

Однородность аудитории создает основу для формирования массовых коммуникаций и гомогенной модели коммуникации. Гомогенная модель

строится в соответствии с классическим индивидуализмом. Средства массовой коммуникации поставляют аудитории определенную информацию, сформированную в виде определенных посылок. Далее в системе внутриличностной и межличностных коммуникаций эта посылка принимается или отвергается. Дискретность в гомогенной модели обозначает наличие атомической структуры, в виде составляющих (индивидуумов), не нарушающих однако однородность массы в плане выражения своего мнения по поводу чего-либо.

Модель социального атомизма в системе массовых коммуникаций, разрабатываемая автором, строится на принципах целостности и конструктивной завершенности элементов, входящих в коммуникативную систему. Любое устойчивое взаимодействие между социальными группами или формализованными структурами может быть представлено в виде модели социального атомизма, если коммуникаторы в ней представляют собой достаточно структурированную и самостоятельную форму.

Семиотические модели коммуникации реализуют информационную, экспрессивную и прагматические функции коммуникации. Информационная функция отражает способность сообщать информацию о предметах, явлениях, действиях и процессах. Экспрессивная функция выражает как смысловую, так и оценочную информацию о реалиях окружающей действительности. Прагматическая функция направлена на передачу коммуникативной установки, рассчитывающую на адекватную реакцию реципиента в соответствии с социальной речевой нормой.

3.2 Прикладные модели коммуникации

С прикладным коммуникативным анализом мы сталкиваемся, решая конкретные задачи в области коммуникации. Мы можем представить действие в рамках перехода от звена сообщение (текст) коммуникативной цепочки к любому другому ее звену, в первую очередь — это построение психологического профиля автора текста (сообщения) на основании самого

этого текста. Отметим, что человечество накопило достаточный объем знаний в вопросе такого рода предсказаний. В качестве примера можно упомянуть такой старейший метод, как контент-анализ, или такой возникший сравнительно недавно метод, как нейролингвистическое программирование. Исследователи постоянно заняты проблемой дешифровки текста, начиная с работ в области герменевтики, исходно связанной с исследованиями священных текстов Библии. Так что достаточно большой опыт в этой сфере и позволяет получать вполне объективные результаты, делать предсказания достоверного характера.

Прикладной коммуникативный анализ «отслеживает» составляющие коммуникативной цепочки: при наличии одного из ее звеньев делаются предсказания на наиболее вероятный вид другой (типа определение авторства в случае анонимного текста).

В данном разделе мы остановимся на ограниченном числе таких моделей. Здесь мы рассмотрим модели К. Шеннона, Н. Винера, Т. Ньюкомба, О. Хольсти.

Клод Шеннон выделил три уровня коммуникации: технический, семантический и уровень эффективности. Технические проблемы связаны с точностью передачи информации от отправителя к получателю. Семантические проблемы - с интерпретацией сообщения получателем сравнительно с тем значением, которое было отправлено отправителем. Проблема эффективности отражает успешность, с которой удастся изменить поведение в связи с переданным сообщением.

Систему коммуникации, по мнению Клода Шеннона, можно представить в следующем виде:

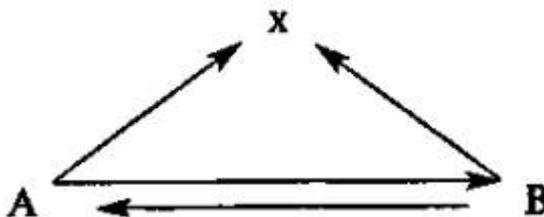


Центральной проблемой для него становится вопрос передачи информации. Информация (или энтропия) в этой модели предстает с точки зрения свободы выбора. Можно высчитать максимальную энтропию, которую в состоянии иметь этот источник с тем же набором символов. Естественный язык в этом плане избыточен: так для английского языка эта цифра составляет 50%. Такая высокая избыточность и позволяет исправлять ошибки, возникающие при передаче. Чем больше уровень шума, тем избыточность становится необходимее.

Мы возьмем только один аспект модели Н. Винера — *обратную связь*. Он приводит пример термостата, поддерживающего температуру приблизительно на постоянном уровне. Любая система работает эффективно, когда она получает информацию о состоянии этой системы. И на основе ее модернизирует свои управляющие сигналы. В отдельной главе Н. Винер рассматривает функционирование общественной информации. Группа необщественных животных имеет мало информации, поскольку члены ее не делятся ею. В случае эффективной организации — информации больше, чем содержит каждый из ее отдельных членов.

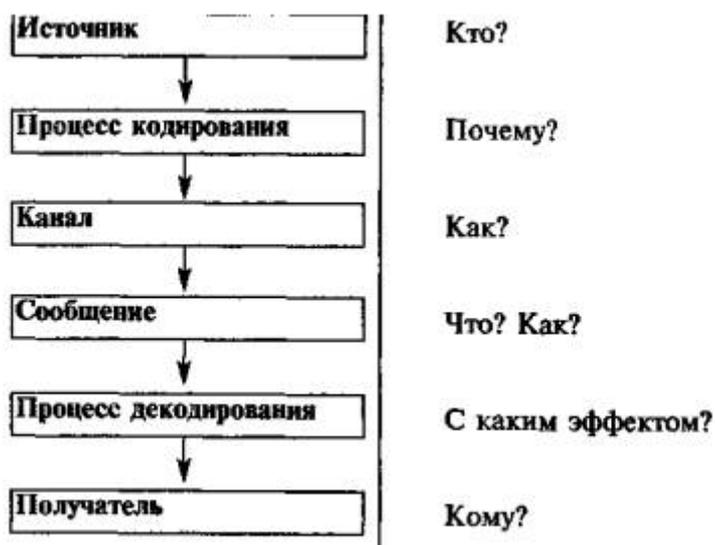
В продолжение этого подхода С. Бир поясняет, что система функционирует эффективно, если ее обратная связь дает достоверную информацию.

Т. Ньюкомб предложил учитывать отношения, которые устанавливаются между агентами общения и между ними, и объектом речи. Схематически такая минимальная система имеет следующий вид:



Возникают следующие виды ориентации: А по отношению к X, А по отношению к В, В - к X и В - к А. Общей тенденцией коммуникации является стремление к симметрии. Если А и В сориентированы друг к другу положительно, то они будут стремиться к совпадению своего отношения к X. При несовпадении отношения друг к другу будет не совпадать и отношение к X. Совпадение отношения к X при несовпадении отношения друг к другу будет восприниматься как ненормальное. Кстати, в области этих отношений лежит известное высказывание «Враги моих врагов - мои друзья». Данная модель задает динамику изменений, к которым будет стремиться коммуникация — к созданию симметричных отношений, одинаковой оценке объектов при одинаковой оценке друг друга.

Оле Хольсти совместил общую коммуникативную модель, ведущую свое начало от Клода Шеннона, с интересами контент-анализа. В результате образуется следующая схема:



Как видим, к набору вопросов Лассуэла Оле Хольсти добавляет вопрос «почему?». Теперь за каждым из этих вопросов стоит определенное направление в контент-анализе.

Подробнее контент-анализ рассматривается как достаточно апробированный тип объективного анализа коммуникативных потоков.

Цель	Раздел семиотики	Вопросы	Исследовательские проблемы
Описать характеристики коммуникации	Семантика (знак/референт) Синтактика (знак/знак)	Что?	Описывать тенденции в содержании коммуникации. Соотносить известные характеристики источников с сообщениями, которые они производят. Сопоставлять содержание коммуникации со стандартами.
		Как?	Анализировать

			техники убеждения. Анализировать стиль.
		Кому?	Соотносить известные характеристики аудитории с сообщениями, производимыми для них. Описывать модели коммуникации.
Делать выводы по поводу причин коммуникации (процесс кодирования)	Прагматика (отправитель/знак)	Почему?	Обеспечение политического и военного сбора информации. Анализировать психологические характеристики индивидуумов. Делать выводы о культурных изменениях. Предоставлять юридические свидетельства.
		Кто?	Отвечать на вопросы по поводу оспариваемого авторства.
Делать выводы по поводу эффектов	Прагматика (знак/получатель)	С каким эффектом?	Измерять читабельность. Анализировать поток

коммуникации (процесс декодирования			информации. Оценивать ответ на коммуникацию.
---	--	--	--

Прикладные модели коммуникации призваны «обслуживать» разнородные задачи, стоящие перед обществом.

3.3 Социологические и психологические модели коммуникации

Анализ коммуникации активно осуществляется на стыке с психологией и социологией, где были открыты многие интересные модели коммуникации, на сегодня задающие парадигму современных научных подходов. Мы остановимся лишь на некоторых из этих моделей.

На новое представление роли масс-медиа обратили внимание после анализа воздействия сразу после получения сообщений и через две недели после. К удивлению исследователей воздействие полученного сообщения через две недели не упало, а возросло, хотя все должно было быть наоборот. Оказалось, что возрастание влияние было связано с обсуждением этих проблем получателями информации с теми, кто получил наименование «лидеров мнения». Так, из одноступенчатой модели коммуникации (СМИ — получатели) возникла двухступенчатая (СМИ — лидеры мнений — получатели). Если на первом этапе главным моментом становится передача информации, то на втором в действие вступает передача влияния.

Поль Лазарсфельд приходит к своей теории минимальной роли масс-медиа в избирательной практике в результате анализа, проведенного еще 1940 г., когда оказалось, что масс-медиа реально смогло убедить только определенное число лидеров мнения, которые в свою очередь распространили эту свою убежденность дальше. Отсюда последовал вывод о приоритетности межличностной коммуникации над массовой при попытках убедить аудиторию.

Ее открытие связано с именем немецкой исследовательницы общественного мнения Э. Ноэль-Нойман. Суть его состоит в том, что средства массовой коммуникации могут манипулировать общественным мнением за счет предоставления слова меньшинству вместо большинства. По ее гипотезе человек, ощущающий себя в меньшинстве, больше молчит и не высказывает своего мнения, тем самым как бы присоединяясь к большинству. Когда же масс-медиа корректируют картинку реального распределения, делая большинство меньшинством, оно замолкает.

В этой же области лежит отмеченное многими исследователями явление присоединения к победителю в процессе голосования. Диффузная модель связана с именем американского исследователя Э. Роджерса. Он анализировал распространение новых идей, товаров и т.д. и увидел разную предрасположенность к новому у разных сегментов общества. Часть из нас достаточно консервативна, а часть, наоборот, легко включается в новые процессы. Не следует поэтому воздействовать на всех, а в первую очередь постараться убедить критические пять процентов. Чтобы убедить их, все равно следует достичь 50% популяции. Когда же идея овладевает умами 20%, остановить ее уже невозможно.

Диффузию он определял как процесс коммуникации инновации через определенные каналы за конкретный промежуток времени к членам социальной системы.

Э. Роджерс выделил в процессе адаптации новой идеи шесть этапов:

1. Внимание.
2. Интерес.
3. Оценка.
4. Проверка.
5. Принятие.
6. Подтверждение.

Э. Роджерс также описал пять классов людей по степени принятия ими новых идей и товаров:

1. *Инноваторы*, составляющие 2,5%. Они более мобильны, имеют контакты за пределами своего круга, могут схватывать абстрактные идеи. Они согласны рисковать.

2. *Ранние принимающие*. Это уважаемые люди, составляющие 13,5% населения. Они более привязаны к местной структуре, среди них больше всего лидеров мнения. С ними советуются, прежде чем принять решение.

3. *Раннее большинство*, составляющее 34% населения. Они принимают новые идеи как раз перед тем, как они будут приняты среднестатистическим гражданином. Свою информацию они часто получают от предыдущей группы.

4. *Позднее большинство*. Это скептики по отношению к новому, число которых также достигает 34%. Они принимают новое после того, как средний гражданин признал его.

5. *Поздние принимающие*. Они традиционно ориентированы и составляют 16% населения. Очень подозрительны ко всему новому и придерживаются традиционных ценностей. Часто они испытывают недостаток средств.

Люди принимают менее рискованную стратегию, пытаясь получить положительные оценки от других групп. При этом разные группы требуют разных аргументов. Инноваторы могут "купиться" на новизну предлагаемого, в то время как последняя группа позитивно прореагирует на информацию о том, что инновацию восприняли многие другие люди, сходные с ними.

Анализируя кампании по предотвращению негатива (типа покупки ремней безопасности для автомобилей), Э. Роджерс видел сложности в принятии инновации в том, что их преимущества а) отдалены во времени и б) трудны для оценки. При этом он считал, что:

Очень важна межличностная коммуникация на уровне людей одного круга и возраста.

Патриотические призывы, исходящие от правительственных кругов, неэффективны.

Достоверность коммуникативного источника частично предопределяет успех кампании.

□ Масс-медиа не может изменить поведение тех, кто придерживается иной точки зрения.

Существенное изменение по отношению к инновации в обществе, как правило, наступает, когда от 6 до 16% принимают ее.

Это интересная и важная теория, поскольку многие информационные кампании в области рекламы и PR как раз связаны с вводом нового продукта в массовое сознание.

Идея «привратника» (*gatekeeper*) принадлежит Курту Левину. Во время войны он ставил эксперименты по переориентации населения на более дешевые сорта мяса (субпродукты). И тогда домохозяйка, которая отбирает, из чего будет дома готовить обед, стала для него «привратником», принимающим решение, что именно попадет в дом.

Затем этот феномен распространили на отбор новостей, которые делают редакторы. Из тысяч событий, которые описываются в мире, редактор для своего издания отбирает только десятки. Ученых заинтересовали принципы, по которым он это делает. Первым исследованию подвергся редактор радиостанции. При этом, как оказалось, он ориентировался на свои политические пристрастия и свое представление о том, что может быть интересно его слушателям.

«Привратником» признается тот, кто контролирует поток новостей, может изменять, расширять, повторять, изымать информацию. Исследования Д. Уайта показали, что реально используется только 10% новостных сообщений. В целом понятие «привратника» поколебало восприятие информационных систем как открытых.

Проблема структуры такого дискурса как новость представляет интерес для Т.А. ван Дейка с точки зрения его представлений об идеологии, которую он также пытается объективизировать. Идеология, с его точки зрения, задает взаимосвязь социальных отношений. Она является комплексным когнитивным подходом, который контролирует образование, трансформацию и применение других социальных когниций (знаний, мнений, отношений, социальных

репрезентаций). Например, в новостях одинаково представимы национальные меньшинства, беженцы, страны третьего мира. Они моделируются как проблема, которая требует нашего участия. Они имеют меньший доступ к доминирующим источникам информации, их мнение менее достоверно. Или другой пример. В сюжетах о забастовках администраторов интервьюируют в тихих кабинетах, тогда как забастовщиков показывают в шумных, непривлекательных контекстах.

Выделяются также интересные маркеры смены темы, с помощью которых могут вводиться новые эпизоды:

1. Изменение возможного мира: X мечтал, делал вид... что...
2. Изменение времени или периода: На следующий день..., На следующий год...
3. Изменение места: (тем временем) в Амстердаме...
4. Ввод новых участников.
5. Вторичный ввод уже известных участников средствами полных именных групп.
6. Изменение перспективы или точки зрения.
7. Различный набор предикатов (смена фрейма или сценария).

В другой своей работе «Анализ новостей как дискурса» Т. ван Дейк, задавая дискурс как сложное коммуникативное событие, выделяет нарративную схему, в соответствии с которой упорядочивается новостное событие: Краткое Содержание, Обстановка, Направленность, Осложнение, Развязка, Оценка, Код. Он также говорит о риторических приемах, которые содействуют более компактному представлению информации и тем самым они способствуют ее лучшему запоминанию, а, следовательно, усиливают воздействие.

Т. ван Дейк подчеркивает, что речь идет лишь о моделировании точности, поскольку никогда в газетах данные вчерашнего дня, если даже они были ошибочными, не исправляются.

Масс-медиа, как считает ван Дейк, предписывают не столько, «что» люди должны думать, а то, «как» они должны думать. Например, задается форма для

поддержания расизма в обществе: «Я не расист, но ...». Опасность подобного подхода автор видит в следующем: «Ввиду отсутствия доступных широкой публике альтернативных механизмов интерпретации люди практически не в состоянии вырабатывать контрдоводы».

Психотерапия (как и психоанализ) опираются на коммуникацию, которая призвана внести коррекцию в поведение человека. При этом для воздействия избираются более глубокие слои психики человека. 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.

В рамках НЛП заложены более четкие теоретические основания именно коммуникативного порядка, что в результате дало возможность столь же четко выстроить свою собственную методологию воздействия. НЛП как бы стало синтезом теории коммуникации и психотерапии, положив методы психоанализа на жестко очерченные коммуникативные основания.

НЛП построено на следующем базисе: человек получает информацию по ряду коммуникативных каналов (аудио, визуальный и т.д.), но для каждого из нас только один из них является доминирующим, ведущим. Мы как бы сориентированы на него и даже привычно описываем ситуации, часто не обращая на это внимания, словами из одного набора. Лесли Камерон-Бэндлер так описывает эти наборы:

Визуальные	Аудиальные	Кинестетические	Запах/вкус
видеть	слышать	чувствовать	пробовать на вкус
рисовать	звучать	трогать	нюхать
яркий	громкий	теплый	свежий
ясный	мелодичный	мягкий	ароматный
смутный	шумный	гладкий	выдохшийся
в фокусе	гармоничный	удобный	сладкий

вспышка	скрежет	схватить	пикантный
перспектива	крик	зажатый	кислый
темный	визг	грубый	горький
многоцветный	звонящий	тупой	солёный

Соответственно, по предпочтению, отдаваемому тем или иным группам слов, определяется ведущая репрезентативная система для индивида. НЛП предлагает также визуальный метод определения ведущей системы. Задавая ряд вопросов, центрированных на ту или иную систему (например: «Какого цвета глаза у вашей матери?», «Какая дверь громче всего скрипит?», «Можете ли вы слышать, как мать зовет вас по имени?»), исследователь смотрит за поведением испытуемого. «Один из мужчин в ответ на каждый вопрос сначала взглядывал вниз направо. Другой взглядывал вверх и налево. Первый искал ответ кинестетически, второй — визуально». То есть при доступе к информации человек опирается на свою ведущую систему.

Основные положения НЛП:

а) НЛП опирается на сильную генерализацию процесса коммуникации, что позволяет построить мета-модель, которая, кстати, необходима и пользователям;

б) очень интересна основная гипотеза НЛП о наличии ведущей репрезентативной системы, что позволяет строить ту или иную стратегию воздействия;

в) НЛП дает еще один взгляд на существование у человека защитных механизмов и путей их преодоления.

г) есть возможность продолжить этот «базис» в другие направления.

д) НЛП может помочь в поиске механизмов по переключению каналов.

Психоанализ дает психологическую модель современного общества. Основным постулатом Фрейда может стать следующее: наше поведение не всегда опирается на то, что выдает нам сознание в качестве мотивов наших поступков, которые в действительности могут быть совершенно иными.

Нацеленность на поиск сексуальных мотивов в модели Фрейда следует признать несколько утрированным. Суть же психоанализа состоит в поиске этих скрытых мотивов, переводение их из области бессознательного в сознание, что имеет в ряде случаев терапевтический эффект. К этому пониманию своей модели Фрейд пришел в процессе лечения истерии.

Отсюда возникает интерес Фрейда к обмолвкам, ошибкам, юмору, поскольку только так, как он считает, удастся обманывать свою внутреннюю цензуру. Отсюда же интерес к сновидениям, поскольку они тоже реализуются вне того мощного контроля сознания, которое мы имеем в нашей дневной жизни.

Карл Юнг отошел от исключительно сексуальной интерпретации либидо (энергии, влечения), которую защищал З. Фрейд. К. Юнг также вводит понятия архетипа и коллективного бессознательного, которые лежат в основе символики сказок, мифов и ритуалов. К. Юнг резко занижает роль личностного, отдавая приоритет коллективным психическим представлениям. Подражание он воспринимает как наиценнейшую способность для коллектива, и как наименее вредную для индивидуализации.

Жак Лакан считается создателем «структурного психоанализа». Он начинает с коммуникативных оснований, а поскольку это речь, то она рассчитана на существование Другого. Даже молчание является ответом. Психоаналитик стремится обнаружить в поведении пациента то, о чем он умалчивает. В качестве своего ведущего инструментария Ж. Лакан предлагает целый список возможных структур, где записана информация, не прошедшая цензуру. Это памятники — мое тело, где записан невроз. Это архивные документы, каковыми он называет воспоминания детства, смысл которых часто неясен. Это семантическая эволюция, т.е. запас слов и особенности их употребления. Это традиции и легенды, где индивидуальная история облекается в героизированные формы.

Таким образом, центральными моментами являются понятия Другого (даже монолог, с точки зрения Лакана, предполагает наличие Другого) и

Символического (любое символическое является таковым в глазах Другого). Лакан и «функция языка не информировать, а вызывать представления».

Общество, как всеохватывающая социальная система, конституируется различением себя от окружающего мира, к которому относятся системы сознания (индивиды), система мозга и физические системы. Отграничив себя от окружающего мира, общество способно оперировать замкнутым образом и, поскольку, единственной подлинно-социальной операцией выступает коммуникация, то оперативная замкнутость выражается в том, что одна коммуникация подсоединяется к другой коммуникации. Смысл есть медиум, посредством которого происходит такое подсоединение. Однако само общество неоднородно и дифференцируется на ряд подсистем, таких как: функциональные подсистемы (массмедиа, политика, наука и прочее), системы интеракций лицом-к-лицу, а также системы организаций. Каждая функциональная подсистема обособляется через кодирование коммуникаций: через да-редакции и нет-редакции, заложенные в смысле. Так, каждая функциональная подсистема стремится включить в себя коммуникации, специфичные только для себя, но, одновременно с этим, исключить коммуникации иного рода. Наука, к примеру, существует благодаря коду истина/ложь, поэтому в ней любое истинное утверждение может подсоединяться исключительно к другому истинному утверждению. Коммуникация как таковая есть триединство информации, сообщения и понимания (осознания различения между информацией и сообщением).

3.4 Список использованных источников и литературы

1. Андреева Г.М. Социальная психология. М.,1998
2. Березин В.Н. Теория массовой коммуникации.М., 1994
3. Беркли-Ален М. Забытое искусство слушать.СПб., 1999 Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. М.: Рефл-бук, 2001.
4. Дейк Ван Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. М., 1989

5. Мечковская, Н. Б. Семиотика: Язык, природа, культура / Н. Б. Мечковская. – М., 2004.
6. Психология коммуникации: Психология коммуникации / Смольникова Л.В., Покровская Е.М. - 2016. 115 с. Режим доступа: <https://edu.tusur.ru/publications/5979> (Дата обращения: 20.11.2016)
7. Яковлев И. Ключи к общению. Основы теории коммуникаций. СПб.: Авалон, Азбука-классика, 2006.

4 КУЛЬТУРНО-АНТРОПОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Основные этапы становления межкультурной коммуникации (МКК) как отдельной отрасли знания в США, Западной Европе и в России. МКК как междисциплинарная наука. Основные понятие межкультурной коммуникации – культура и коммуникация. Национальная культура и межнациональное общение. Культура и поведение. Культурные нормы и культурные ценности. Сущность культурных ценностей и их место в МКК. Культурные нормы и их роль в культуре.

4.1 Основные этапы становления межкультурной коммуникации как отдельной отрасли знания в США, Западной Европе и в России

На рубеже второго и третьего тысячелетий становится все более очевидным, что человечество развивается по пути расширения взаимосвязи и взаимозависимости различных стран, народов и их культур. Этот процесс охватил различные сферы общественной жизни всех стран мира. Сегодня невозможно найти этнические общности, которые не испытали бы на себе воздействие как со стороны культур других народов, так и более широкой общественной среды, существующей в отдельных регионах и в мире в целом. Это выразилось в бурном росте культурных обменов и прямых контактов

между государственными институтами, социальными группами, общественными движениями и отдельными индивидами разных стран и культур. Расширение взаимодействия культур и народов делает особенно актуальным вопрос о культурной самобытности и культурных различиях. Культурное многообразие современного человечества увеличивается, и составляющие его народы находят все больше средств, чтобы сохранять и развивать свою целостность и культурный облик. Эта тенденция к сохранению культурной самобытности подтверждает общую закономерность, состоящую в том, что человечество, становясь все более взаимосвязанным и единым, не утрачивает своего культурного разнообразия. В контексте этих тенденций общественного развития становится чрезвычайно важным уметь определять культурные особенности народов, чтобы понять друг друга и добиться взаимного признания. Различные общества реагируют на влияния извне по-разному. Диапазон сопротивления процессу слияния культур достаточно широк: от пассивного неприятия ценностей других культур до активного противодействия их распространению и утверждению. Поэтому мы являемся свидетелями и современниками многочисленных этнорелигиозных конфликтов, роста националистических настроений, региональных фундаменталистских движений.

Отмеченные процессы в той или иной степени нашли свое проявление и в России. Реформы общества привели к серьезным изменениям в культурном облике России. За несколько последних лет появились совершенно новые общественные группы: предприниматели, банкиры, политические лидеры разных движений, русские сотрудники иностранных фирм и др. Происходит становление совершенно нового типа деловой культуры, формируется новое представление о социальной ответственности делового мира перед клиентом и обществом, меняется жизнь общества в целом. Становясь участниками любого вида межкультурных контактов, люди взаимодействуют с представителями других культур, зачастую существенно отличающихся друг от друга. Отличия в языках, национальной кухне, одежде, нормах общественного поведения,

отношении к выполняемой работе зачастую делают эти контакты трудными и даже невозможными. Но это лишь частные проблемы межкультурных контактов. Основные причины их неудач лежат за пределами очевидных различий. Они — в различиях в мироощущении, то есть ином отношении к миру и к другим людям. Главное препятствие, мешающее успешному решению этой проблемы, состоит в том, что мы воспринимаем другие культуры через призму своей культуры, поэтому наши наблюдения и заключения ограничены ее рамками. С большим трудом мы понимаем значения слов, поступков, действий, которые не характерны для нас самих. Наш этноцентризм не только мешает межкультурной коммуникации, но его еще и трудно распознать, так как это бессознательный процесс. Отсюда напрашивается вывод, что эффективная межкультурная коммуникация не может возникнуть сама по себе, ей необходимо целенаправленно учиться.

Становление межкультурной коммуникации как учебной дисциплины первоначально было обусловлено сугубо практическими интересами американских политиков и бизнесменов. После Второй мировой войны активно расширялась сфера влияния американской политики, экономики и культуры. Правительственные чиновники и бизнесмены, работавшие за границей, часто обнаруживали свою беспомощность и неспособность разобраться в ситуациях непонимания, возникавших при работе с представителями других культур. Нередко это приводило к конфликтам, взаимной неприязни, обидам. Даже совершенное знание соответствующих языков не могло подготовить их к сложным проблемам работы за границей. Постепенно возникло осознание необходимости изучения не только языков, но и культур других народов, их обычаев, традиций, норм поведения. В то же время США разработали программу помощи развивающимся странам. В рамках отдельных проектов этой программы большое число экспертов и активистов Корпуса Мира посещали различные страны. Нередко они сталкивались там с непониманием, конфликтами, которые в итоге приводили к провалу их миссии. В ответ на эту ситуацию правительство США в 1946 году приняло Акт о службе за границей и

создало Институт службы за границей, который возглавил лингвист Эдвард Холл. Для работы в институте были привлечены ученые самых разных специальностей: антропологи, социологи, психологи, лингвисты и др. Однако все их попытки понять и объяснить поведение представителей других культур тогда были больше основаны на интуиции, чем на знаниях и опыте. Поэтому сначала эффективность их работы оказалась невысокой. Главный вывод, который был сделан специалистами института, состоял в том, что каждая культура формирует уникальную систему ценностей, приоритетов, моделей поведения, и поэтому ее описание, интерпретация и оценка должны осуществляться с позиций культурного релятивизма.

В процессе своей работы сотрудники института с удивлением обнаружили, что правительственные служащие не проявляли интереса к изучению теоретических вопросов культуры и общения, а выражали желание получить конкретные советы, рекомендации и указания по практическому поведению в другой стране. Поскольку для работы в институте Холл пригласил людей с различными языками и культурами, то это обстоятельство позволяло ему наблюдать на практике культурные различия и изучать их. Так, например, он замечал, что итальянцы часто стоят близко друг к другу, когда разговаривают, или что греки много жестикулируют во время общения. И наоборот, китайцы используют мало жестов при общении. Свои наблюдения Холл подтверждал консультациями с представителями различных культурных групп и постепенно включал в учебные программы института. И по сей день большинство американских учебных пособий по межкультурной коммуникации акцентирует свое внимание на практических указаниях и рекомендациях при общении с представителями других культур.

Вероятно, датой рождения межкультурной коммуникации как академической дисциплины следует считать 1954 год, когда вышла в свет книга Э. Холла и Д. Трагера «Culture as Communication» («Культура как коммуникация»), в которой авторы впервые предложили для широкого употребления термин «межкультурная коммуникация», отражавший, по их

мнению, особую область человеческих отношений. Позднее основные положения и идеи межкультурной коммуникации были более обстоятельно развиты в известной работе Э. Холла «The Silent Language» («Немой язык», 1959 г.), где автор показал тесную связь между культурой и коммуникацией. Развивая свои идеи о взаимосвязи культуры и коммуникации, Холл пришел к выводу о необходимости обучения культуре («если культура изучается, то это означает, что она может быть и преподаваема»). Тем самым Холл первым предложил сделать проблему межкультурной коммуникации не только предметом научных исследований, но и самостоятельной учебной дисциплиной.

На европейском континенте становление межкультурной коммуникации как учебной дисциплины происходило несколько позднее, чем в США и было вызвано другими причинами. Создание Европейского союза открыло границы для свободного перемещения людей, капиталов и товаров. Европейские столицы и крупные города стали интенсивно менять свой облик благодаря появлению в них представителей разных культур и их активному включению в жизнедеятельность этих городов. Практика поставила проблему взаимного общения носителей разных культур. На этом фоне постепенно сформировался интерес ученых к проблемам межкультурного общения. По примеру США в некоторых западноевропейских университетах на рубеже 70—80-х годов минувшего века были открыты отделения межкультурной коммуникации (университеты Мюнхена, Йены). В 1989 г. в Мюнхенском университете была открыта новая специализация — «межкультурные коммуникации».

В отечественной науке и системе образования инициаторами изучения межкультурной коммуникации стали преподаватели иностранных языков, которые первыми осознали, что для эффективного общения с представителями других культур недостаточно одного владения иностранным языком. Практика общения с иностранцами доказала, что даже глубокие знания иностранного языка не исключают непонимания и конфликтов с носителями этого языка. Поэтому преподавание иностранных языков во многих вузах дополнилось

предметом «Страноведение», который знакомит студентов с историей, обычаями, традициями, социальной организацией страны изучаемого языка. Однако, как показала практика, только аудиторного (теоретического) знакомства с соответствующей культурой оказывается недостаточно для бесконфликтного общения с ее представителями. Сегодня стало очевидным, что успешные и эффективные контакты с представителями других культур невозможны без практических навыков в межкультурном общении. В ряде российских вузов в учебные планы включена новая дисциплина — «Межкультурная коммуникация». Введение этой дисциплины обусловлено, прежде всего, необходимостью подготовить студентов к эффективным межкультурным контактам на уровне повседневного межличностного общения. Для этого недостаточно лишь знаний о природе межкультурного непонимания, здесь необходимо формирование практических навыков и умений, которые позволили бы свободно понимать представителей других культур.

С начала своего возникновения межкультурная коммуникация формировалась как межпредметная дисциплина. При создании Института службы за границей Эдвард Холл привлек к работе антропологов, лингвистов, психологов, социологов. Первые учебные программы и методики обучения межкультурному общению заимствовались из разных наук. Это изначально придало межкультурной коммуникации эклектичный характер. Однако эта эклектичность самым положительным образом сказалась на содержании курса межкультурной коммуникации, поскольку ее междисциплинарный характер позволил переосмыслить многие традиционные представления и методы, открыл новые аспекты исследований проблемы межкультурных контактов. Сотрудники института были специалистами в разных науках, и в своей работе они опирались прежде всего на достижения своих наук. Закономерно, что все полезные достижения различных областей научного знания постепенно интегрировались в самостоятельную дисциплину со своим предметом и методом.

Из всех наук о культуре наибольший объем теоретических и методологических знаний и практического опыта в области исследований МКК накоплен фольклористикой и этнологией. Поэтому сложились два направления исследований межкультурной коммуникации. Первое из них, основывающееся на фольклористике, носит описательный характер. Его задачами являются выявление, описание и интерпретация повседневного поведения людей с целью объяснения глубинных причин и детерминирующих факторов их культуры.

Второе направление, имеющее культурно-антропологический характер, предметом своих исследований имеет различные виды культурной деятельности социальных групп и общностей, их нормы, правила и ценности. Социальная дифференциация общества (семья, школа, церковь, производство и т.д.) порождает в каждой группе свои нормы и правила поведения. Знание их позволяет быстро и эффективно разрешать ситуации межкультурного непонимания, нормально организовать рабочий процесс в многонациональных коллективах и т.д.

Методологические подходы других дисциплин (психологии, педагогики, социологии, теории коммуникации и др.) оказываются всегда более ограниченными предметно. Они, как правило, направлены на рассмотрение конкретных аспектов межкультурной коммуникации и в своих исходных посылах основываются зачастую на теоретических и методологических положениях этнологии. Однако несмотря на различия в методологических подходах и аспектах исследований межкультурной коммуникации в различных науках большинство ученых придерживаются мнения, что основными целями исследований в области МКК являются:

- систематическое изложение основных проблем и тем межкультурной коммуникации, овладение основными понятиями и терминологией;
- развитие культурной восприимчивости, способности к правильной интерпретации конкретных проявлений коммуникативного поведения в различных культурах;

- формирование практических навыков и умений в общении с представителями других культур.

В современных гуманитарных науках понятие «культура» относится к числу фундаментальных. Закономерно, что оно является центральным и в межкультурной коммуникации. Среди огромного количества научных категорий и терминов трудно найти другое понятие, которое имело бы такое множество смысловых оттенков и использовалось бы в столь разных контекстах. Для нас вполне привычно звучат такие словосочетания, как «культура поведения», «культура общения», «культура чувств» и др. В обычном словоупотреблении термин «культура» служит оценочным понятием и выражает определенную совокупность черт личности человека, которые точнее было бы назвать не культурой, а культурностью. В науке обычно говорится о «культурных системах», «культурной динамике», «типологии культур» и т.д.

Современные исследования, посвященные определениям культуры, показали огромный, все возрастающий интерес к этому понятию. Так, по подсчетам американских культурных антропологов А. Кребера и К. Клакхона, с 1871 по 1919 гг. различными науками было дано семь определений культуры, с 1920 по 1950 их число возросло до 150. В настоящее время различных определений культуры насчитывается более 1 500. Все эти определения Кребер и Клакхон разделили на 6 классов (типов).

1. Описательные определения, которые интерпретируют культуру как сумму всех видов человеческой деятельности, обычаев, верований.

2. Исторические определения, которые связывают культуру с традициями и социальным наследием общества.

3. Нормативные определения, которые рассматривают культуру как совокупность норм и правил, организующих человеческое поведение.

4. Психологические определения, в соответствии с которыми культура представляет собой совокупность форм приобретенного поведения,

возникающих в результате приспособления и культурной адаптации человека к окружающим условиям жизни.

5. Структурные определения, которые представляют культуру в виде различного рода моделей или единой системы взаимосвязанных феноменов.

6. Генетические определения, основывающиеся на понимании культуры как результате адаптации человеческих групп к среде своего обитания.

Это разнообразие определений, интерпретаций и трактовок не смущает ученых. Оно обусловлено тем, что культура представляет собой крайне сложное и многогранное явление, выражающее все стороны человеческого бытия. Она включает в себя все, что создано человеческим разумом и руками. Поэтому культура изучается целым рядом наук: семиотикой, социологией, историей, антропологией, аксиологией, лингвистикой, этнологией и др. Каждая из наук выделяет в качестве предмета своего изучения одну из ее сторон или одну из ее частей, подходит к ее изучению со своими методами и способами, формулируя при этом свое понимание и определение культуры.

В повседневной жизни понятие «культура» употребляется, как минимум, в трех значениях. Во-первых, под культурой подразумевается отдельная сфера жизни общества, которая существует в виде системы учреждений и организаций, занимающихся производством и распространением духовных ценностей (общества, клубы, театры, музеи и т.д.). Во-вторых, под культурой понимается совокупность ценностей и норм, присущих большой социальной группе, общности, народу или нации (элитарная культура, русская культура, культура молодежи и т.д.). В-третьих, культура интерпретируется как выражение высокого уровня достижений человека в какой-либо деятельности (культура быта, культурный человек в значении «воспитанный и образованный» и пр.). Обыденные представления о культуре зачастую сводятся к ее отождествлению с художественной культурой (искусством) или же с образованностью и воспитанностью человека. Однако наиболее распространенным обыденным значением понятия «культуры» является его понимание как совокупности материальных предметов, объектов, идей,

образов, созданных человеком на протяжении его истории. В этой интерпретации культура предстает как сумма всех достижений человечества, как «вторая природа», сотворенная самим человеком, образующая собственно человеческий мир в отличие от дикой природы.

Согласно этому определению культура представляет собой сложный феномен, который включает в себя как материальные и социальные явления, так и различные формы индивидуального поведения и организованной деятельности. Культуру как особую сферу человеческой жизнедеятельности нельзя увидеть, услышать, почувствовать или попробовать. Реально мы можем наблюдать разнообразные ее проявления в виде различий в человеческом поведении и тех или иных типах деятельности, ритуалах, традициях. Мы видим лишь отдельные проявления культуры, но никогда не видим всю ее саму в целом. Наблюдая различия в поведении, мы начинаем понимать, что в их основе лежат культурные различия, и с этого начинается изучение культуры. В этом смысле культура представляет собой только абстрактное понятие, которое помогает нам понять, почему мы делаем то, что делаем, и объяснить различия в поведении представителей различных культур.

При таком методологическом подходе культура как предмет изучения культурной антропологии выступает в виде совокупности результатов деятельности человеческого общества во всех сферах его жизни, составляющих и обуславливающих образ жизни нации, этноса, социальной группы в любой конкретно-исторический период времени. Своеобразие любой культуры получает свое завершение в культурной картине мира, которая постепенно формируется в процессе возникновения и существования самой культуры. Культурная картина мира является результатом того, что в различных культурах люди воспринимают, чувствуют и переживают мир по-своему и тем самым создают свой неповторимый образ мира, представление о мире, получившее название «картины мира». Культурная картина мира представляет собой совокупность рациональных знаний и представлений о ценностях, нормах, нравах, менталитете собственной культуры и культур других народов.

Эти знания и представления придают культуре каждого народа самобытность, благодаря чему становится возможным отличить одну культуру от другой.

Культурная картина мира находит свое выражение в различном отношении к тем или иным явлениям культуры. Ни одна культура не существует изолированно. В процессе своей жизнедеятельности она вынуждена постоянно обращаться или к своему прошлому, или к опыту других культур. Это обращение к другим культурам получило название «взаимодействие культур». В этом взаимодействии очевидным фактом является общение культур на разных «языках». Дело в том, что каждая культура в процессе своего развития создает различные системы знаков, которые являются своеобразными ее носителями. Создание знаков — сугубо человеческая особенность. Существующие у животных знаки и сигналы связаны лишь с поведением и особенностями жизни того или иного вида. Эти знаки не создавались животными специально, они сложились в процессе эволюции вида и передаются генетически. Только человек осознанно создает свои знаки, они не являются для него врожденными, поскольку представляют собой форму существования человеческой культуры. Однако эта способность человека одновременно создает проблему понимания и восприятия чужих культур.

Все многочисленные знаки и знаковые системы, которые существуют в человеческом обществе, составляют культуру того или иного времени, того или иного социума. В каждом знаке заключен какой-то смысл, который был выражен и зафиксирован в этом знаке предыдущими поколениями. Это подразумевает, что любой знак имеет свою форму и содержание. Содержание знаков представляет собой сложную, многоплановую, сконцентрированную информацию для тех, кто в состоянии ее прочесть. При этом культура каждого общества может существовать только благодаря преемственности поколений. Однако культурная память не может передаваться генетически. Все знания, умения, навыки, формы поведения, традиции и обычаи живут только в системе культуры. Поэтому сохранение культуры связано с необходимостью сохранения и передачи культурной информации каждому поколению. Ее

передача осуществляется посредством передачи знаков от одного поколения другому, а также от одной культуры к другой. Взаимодействие культур играет жизненно важную роль для существования и развития культуры любого народа.

Многочисленные исследования вопросов взаимодействия культур свидетельствуют о том, что содержание и результаты многообразных межкультурных контактов во многом зависят от способности их участников понимать друг друга и достигать согласия, которое главным образом определяется этнической культурой каждой из взаимодействующих сторон, психологией народов, господствующими в той или иной культуре ценностями. В культурной антропологии эти взаимоотношения разных культур получили название «межкультурная коммуникация», которая означает обмен между двумя и более культурами и продуктами их деятельности, осуществляемый в различных формах. Этот обмен может происходить как в политике, так и в межличностном общении людей в быту, семье, неформальных контактах.

4.2 Национальная культура и межнациональное общение

Между культурами существуют значительные различия в том, как и какие средства коммуникации используются при общении с представителями других культур. Так, представители индивидуалистских западных культур больше внимания обращают на содержание сообщения, на то, что сказано, а не на то, как сказано. Поэтому их коммуникация в слабой степени зависит от контекста. Для таких культур характерен когнитивный стиль обмена информацией, при котором значительные требования предъявляются беглости речи, точности использования понятий и логике высказываний. Представители подобных культур стремятся развивать свои речевые навыки. Такой тип коммуникации характерен для американской культуры. Большинство американцев в повседневном общении используют *small talk* (короткий разговор): они задают друг другу вопросы, на которые не предполагают получить ответы («Как дела?», «Прекрасный денек, не правда ли?» и т.п.). Индивидуализм

американской культуры заставляет их высказываться ясно и четко, выдвигать сразу свои аргументы, чтобы вызвать ответную реакцию у оппонента.

И напротив, в коллективистских культурах восточного типа при передаче информации люди склонны в большей степени обращать внимание на контекст сообщения, на то, с кем и при какой ситуации происходит общение. Эта особенность проявляется в придании особой значимости форме сообщения, тому, как сказано, а не тому, что сказано. На этом основании коммуникация в условиях восточных культур характеризуется расплывчатостью и неконкретностью речи, избытием приблизительных форм высказывания (типа «вероятно», «может быть» и т.п.). Именно поэтому японцы в деловых взаимоотношениях обычно ведут разговор «вокруг да около», долго рассуждая обо всем, только не об основном предмете общения. Эта стратегия позволяет им лучше узнать о намерениях партнеров, чтобы настроиться на главную тему, либо противостоять, не уронив при этом достоинства своих партнеров.

Большое количество наблюдений и исследований в области межкультурной коммуникации позволяет сделать вывод, что ее содержание и результаты также во многом зависят от господствующих в какой-либо культуре ценностей, норм поведения, установок и т.д. Во взаимосвязи культуры и коммуникации происходит их взаимное влияние друг на друга. Так, например, в каждой культуре существуют свои представления о вежливости. Во многих арабских странах считается крайне невежливым спрашивать о чем-то партнера по сделке, если нет уверенности, что он может дать точный ответ. Если американцы прямо говорят, что думают, то для японцев или арабов важно не допустить, чтобы их партнер покраснел из-за того, что у него спросили нечто такое, на что он не смог ответить. Культура не только влияет на коммуникацию, но и сама подвергается ее влиянию. Чаще всего это происходит в процессе инкультурации, когда человек в той или иной форме коммуникации усваивает нормы и ценности культуры. Мы изучаем нашу культуру различными способами, используя для этого различные источники. Например, американский малыш, которому дедушка объясняет, что если тебя знакомят с

кем-либо, нужно пожимать руку, формирует свою культуру. Индийский ребенок, растущий в доме, где женщины едят после мужчин, также формирует свою культуру. Еврейский подросток, который служит проводником в церемонии еврейской Пасхи, усваивает культуру своего народа и в то же время участвует в ее развитии и сохранении. Французский мальчик, которому дают сидр за обедом, также усваивает традиции своей культуры. Маленький египтянин, которому объясняют, что поведение его дяди принесло позор семье, формирует ценности и нормы своего поведения. Таким образом, читая, слушая, наблюдая, обмениваясь мнениями и новостями со знакомыми или незнакомыми людьми, мы влияем на свою культуру, и это влияние становится возможным посредством той или иной формы коммуникации.

Человеческое поведение — это продукт миллионов лет эволюции, оно заложено как генетически, так и обусловлено нашей принадлежностью к какой-либо группе, полу, возрастом, личным жизненным опытом, уровнем образования и многими другими факторами. Несмотря на эти различия люди во всех культурах вступают между собой в самые разные отношения, в контексте которых они встречаются, обмениваются мнениями, совершают какие-то поступки и т.д. Смысл каждого конкретного поступка зачастую необходимо понять, так как он не всегда лежит на поверхности, а чаще всего скрыт в традиционных представлениях о том, что нормально, которые в разных культурах и социокультурных группах также разные. Дело в том, что поведение людей в процессе коммуникации определяется целым рядом факторов разной степени значимости и влияния. Во-первых, это связано с особенностью механизма инкультурации, в соответствии с которым освоение человеком своей родной культуры осуществляется одновременно как на сознательном, так и бессознательном уровне. В первом случае это происходит посредством социализации через образование и воспитание, а во втором — процесс освоения человеком своей культуры происходит стихийно, под влиянием различных житейских ситуаций и обстоятельств. Причем, эта часть культуры человека, как показывают специальные исследования, является не менее значимой и важной в

его жизни и поведении, чем сознательная часть. В этом отношении культуру можно сравнить с дрейфующим айсбергом, у которого на поверхности воды находится лишь небольшая часть, а основная часть айсберга скрывается под водой. Эта невидимая часть нашей культуры находится в основном в подсознании и проявляется лишь тогда, когда возникают неординарные, непривычные ситуации при контактах с другими культурами или их представителями. Подсознательное восприятие культуры имеет большое значение для коммуникации, поскольку если поведение коммуникантов базируется на нем, тогда становится особенно трудно заставить участников коммуникации создать другие рамки восприятия. Они не в состоянии сами сознательно определять процесс восприятия другой культуры.

Во-вторых, не менее важным фактором, определяющим коммуникативное поведение людей, является ситуация, которую Холл определил как «культурные очки». Она состоит в том, что большинство людей рассматривают собственную культуру как центр и меру всех вещей. Нормальный человек обычно не осознает, что образцы его поведения и способы восприятия окрашены его собственной культурой и что люди других культур имеют другие точки зрения, системы ценностей и норм.

Повседневное поведение большинства людей характеризуется наивным реализмом. Они исходят из того, что мир таков, каким они его себе представляют, и состоит из бесчисленного количества само собой разумеющихся вещей, предметов, людей, событий, которые воспринимаются как естественные и нормальные. Как правило, люди не догадываются об относительности своего мировоззрения. Нередко это порождает убеждение, что собственная культура превосходит другие. Тогда другие культуры недооцениваются по сравнению с собственной. Все, что отклоняется от собственных норм, привычек, типов поведения, считается низкопробным, безобразным, безнравственным. Подобное сознание превосходства «своего» формирует соответствующую модель высокомерного поведения с пренебрежительным отношением к другим культурам.

В-третьих, поведение людей в процессе коммуникации определяется также окружающей обстановкой и обстоятельствами коммуникации. Наши действия не одинаковы в разной обстановке. Место нахождения человека (аудитория, ресторан, офис) навязывает определенную линию поведения. Сознательно или бессознательно мы придерживаемся соответствующих правил поведения, принятых в данной культуре. Например, формы поведения в религиозных храмах в разных культурах различаются весьма существенно. Так, в Мексике мужчины и женщины ходят в церковь вместе и молча стоят во время службы. В Иране, напротив, мужчины и женщины не ходят вместе и во время службы поют псалмы. Обстоятельства коммуникации также диктуют свои требования к поведению участников. Контакты между людьми могут происходить по самым разным причинам: награждение, производственное собрание, спортивные игры, танцы, панихида. В каждом случае обстоятельства обязывают вести себя по-разному. Например, для одной культуры на свадьбе нормой являются тишина и уединение, а в еврейской, русской и многих других культурах это событие сопровождается громкой музыкой, танцами и весельем.

В-четвертых, коммуникативное поведение определяется количеством времени и частью суток, в которой происходит коммуникация. При нехватке времени люди, как правило, стремятся закончить разговор и завершить контакт, чтобы сделать что-то более важное и необходимое. В американской культуре фактор времени имеет особое значение. Там все действия и поступки строго расписаны по времени и на каждый из них отводится его соответствующее количество. Как заметил Холл: «Для американцев распределение времени — показатель того, как люди относятся друг к другу, как важны для них дела, и показатель их положения в обществе». Каждый случай общения происходит в какое-то время суток, что также сказывается на его характере. Для того чтобы понять это, постарайтесь сами себе ответить на вопрос: одинаково ли вы будете реагировать на телефонный звонок в 2 часа дня и в 2 часа ночи?

Практически межкультурная коммуникация на индивидуальном уровне представляет собой столкновение различных взглядов на мир, при котором

партнеры не осознают различия во взглядах, считают свое видение мира «нормальным», видят мир со своей точки зрения. Поведение коммуникантов при этом характеризуется ситуацией, когда нечто само собой разумеющееся одной стороны встречает нечто само собой разумеющееся другой. Сначала, как это часто бывает, обнаруживается открытое непонимание, то есть осознание того, что «здесь что-то не так», что мнение и понимание не совпадают. При этом не ставится под сомнение свое «нечто само собой разумеющееся», а занимается этноцентристская позиция и партнеру приписывается глупость, невежество или злой умысел.

И в то же время, каждый человек, вероятно, может вспомнить ситуации из своей жизни, когда общение с другими людьми было ясным, понятным и легким. Это общение с любимыми людьми, с близкими друзьями, когда все происходило само собой, без напряжения и раздумий. В таких ситуациях присутствует естественное желание понять другого человека, не обидеть его, не сделать что-то не так и т.д. Такой тип общения и понимания человека называется эмпатией. Эмпатия основана на умении поставить себя на место другого, взглянуть на все его глазами, почувствовать его состояние и учесть все это в своем поведении и поступках. Она предполагает большую чувствительность, сенситивность к состоянию партнера.

Поэтому при межкультурной коммуникации, чтобы понять коммуникативное поведение представителей другой культуры, необходимо рассматривать его в рамках их культуры, а не своей, то есть здесь следует проявлять больше эмпатии, чем симпатии.

Симпатия получила распространение в самых разных видах коммуникации, и она подразумевает, что человек мысленно ставит себя на место другого. Но при симпатии используются свои собственные способы интерпретации поведения других людей. Согласно теории Беннета, если мы следуем «золотому правилу нравственности» («поступай с людьми так, как хотел бы, чтобы поступали с тобой») при общении с носителями других

культур, то тем самым мы проявляем симпатию, потому что рассматриваем приемлемость их поведения со своей точки зрения.

Специфика межкультурной коммуникации заключается в том, что в ней определяющим становится эмпатический подход, т.е. мысленное, интеллектуальное и эмоциональное проникновение во внутренний мир другого человека, в его чувства, мысли, ожидания и стремления. Эмпатия основывается на предположении, что в одинаковых обстоятельствах все люди переживают одинаковые чувства и ощущения и это позволяет им понять другие точки зрения, идеи и различные культурные явления. На этом основании возникает способность человека представить себя на месте другого человека, принять его мировоззрение, понять его чувства, желания, поступки. Здесь все основывается на опыте другого человека, а не нашем собственном. В связи с этим Беннет предлагает альтернативу «золотому-правилу нравственности» — «платиновое правило», которое выражает сущность эмпатического подхода: «поступай с другими так, как они поступали бы сами с собой».

Для этого необходимо только помнить и придерживаться основных характеристик эмпатии:

- внимательно слушать, что тебе говорят;
- стремиться понять, как чувствуют себя другие люди;
- иметь искреннюю заинтересованность в том, что должны сказать другие;

в проявлять сочувствие к нуждам других людей;

- обладать способностью понимать точку зрения другого. В психологии существуют специальные методы, с помощью которых можно повысить чувствительность людей к переживаниям друг друга. Одним из них является метод подстройки, который часто интуитивно применяют многие люди, пытаясь понять состояние другого человека. Он заключается в том, что нужно попробовать максимально близко подстроиться к партнеру через подражание его внешнему поведению: принять подобную его позу, перенять свойственный

ему в данный момент темп речи и т.п. Если удастся это сделать, то открываются его переживания и возникает чувство понимания партнера.

4.3 Культурные нормы и культурные ценности

С раннего детства каждый ребенок овладевает родным языком и усваивает культуру, к которой принадлежит. Это происходит в процессе общения с близкими и незнакомыми людьми, в домашней среде, с помощью вербальных и невербальных способов общения. В повседневной житейской практике человек сам определяет для себя полезность или вредность различных предметов и явлений окружающего мира с точки зрения добра и зла, истины и заблуждения, справедливого и несправедливого. Категория *ценности* образуется в человеческом сознании путем сравнения разных явлений. Осмысливая мир, человек решает для себя, что для него представляется важным в жизни, а что нет, что существенно, а что несущественно, без чего он может обойтись, а без чего нет. В результате формируется общее ценностное отношение человека к миру, при котором те или иные явления жизни людей имеют для них определенный смысл и значимость. Таким образом, ценность не есть вещь, а есть отношение к вещи, явлению, событию, процессу и т.п. Ценности имеют огромное значение в любой культуре, поскольку определяют отношения человека с природой, социумом, ближайшим окружением и самим собой. Исходя из такого понимания К. Клакхон и Ф. Стродбек определили ценности как «сложные, определенным образом сгруппированные принципы, придающие стройность и направленность разнообразным мотивам человеческого мышления и деятельности в ходе решения общих человеческих проблем».

В человеческом сознании существует одновременно множество ценностей, поэтому вполне оправданно говорить о системе ценностей, поскольку ценности существуют не хаотично, они определенным образом упорядочены по отношению друг к другу. Осваивая ценности окружающего

мира, человек опирается на устоявшиеся в его культуре традиции, нормы, обычаи и постепенно формирует систему основополагающих и общепринятых ценностей, служащих ему руководством в жизни. На этой основе в каждой культуре складывается своя система ценностей, отражающая ее специфическое положение в мире. Система ценностей обыкновенно представляет собой иерархию, в которой ценности располагаются по нарастающей значимости. Если рассматривать ценность как значимость чего-либо для человека и общества, то это понятие наполняется субъективным содержанием, поскольку в мире нет явлений, в равной степени значимых для всех людей без исключения. Существуют ценности личного характера, ценности, присущие определенному полу или возрасту, ценности каких-либо больших и малых групп людей, различных эпох и государств и так далее, вплоть до общечеловеческих. В процессе межкультурных контактов обнаруживается огромная разница между тем, как воспринимаются одни и те же ценности людьми разных культур. Среди громадного числа разнообразных восприятия, тем не менее, можно выделить группу таких, которые совпадают и по характеру оценок, и по содержанию. Такого рода ценности получили название универсальных, или общечеловеческих. Их универсальный характер обуславливается тем, что основные черты таких ценностей базируются на биологической природе человека и на всеобщих свойствах социального взаимодействия. Так, например, нет ни одной культуры в мире, где оценивалось бы положительно убийство, ложь и воровство. В каждой культуре существуют лишь свои границы терпимости этих явлений, но общая их негативная оценка однозначна.

7. Сущность культурных ценностей и их место в МКК. В контексте межкультурной коммуникации из этих сфер наиболее важное значение имеет сфера быта, представляющая собой исторически первую сферу возникновения и существования культурных ценностей.

Несмотря на наличие идеологии, религии и искусства бытовая культура и сегодня остается основополагающей для формирования личности, поскольку это формирование начинается еще в детстве, когда человек не способен к

освоению культурных ценностей идеологии, религии и искусства. Специфика бытовой культуры состоит в том, что она вырабатывает те ценности, которые имеют основополагающее значение для межкультурной коммуникации. Нормы и ценности бытовой культуры являются самодостаточными. Это значит, что, пользуясь только ценностями бытовой культуры, человек может иметь устойчивые ориентиры для жизни в условиях соответствующей культуры. Дополнительное значение бытовой культуре при межкультурной коммуникации придает ее стихийный характер. Ценности бытовой культуры рождаются в процессе житейской практики и имеют утилитарную направленность. Поэтому они не нуждаются в обосновании и доказательстве, носители данной культуры воспринимают их как естественные и само собой разумеющиеся. Их оказывается вполне достаточно для приобщения человека к культуре.

Культурные ценности, как уже было отмечено, в жизни каждого человека имеют разное значение. Поэтому одни люди являются приверженцами ценностей коллектива, а другие — ценностей индивидуализма. Когда люди с такими разными ориентациями вступают в общение, особенно деловое, всегда возникают ситуации непонимания. Например, проводя деловые переговоры с японцами, американцы назначают сотрудника, ответственного за их подготовку и ведение, и, если переговоры пройдут успешно, этот сотрудник будет вознагражден. В японской фирме такое невозможно, там царит коллективная ответственность за результаты любого дела. Поэтому в Японии никогда не выделяют кого-либо из общей массы.

Какие ценности имеют для людей важное значение и обладают большим влиянием, а какие не принимаются во внимание — зависит от культуры. Их структура и значимость определяют своеобразие и особенности культуры. Большая часть особенностей собственной культуры, как правило, не осознается и воспринимается как само собой разумеющееся. Осознание ценностей своей культуры наступает лишь при встрече с представителями других культур, когда происходит взаимодействие разных культур и обнаруживаются различия в их

ценностных ориентациях. Именно в этих случаях возникают ситуации непонимания, растерянности, бессилия и раздражения, вызывающие чувство обиды, злости, отчуждения, оскорбления.

Исключить ситуации непонимания и добиться положительных итогов в межкультурных контактах возможно лишь с помощью знания особенностей ценностных ориентации партнера.

Жизнь человека в обществе себе подобных всегда подчинена определенным правилам, которые составляют существенную часть его образа жизни. В соответствии с этими правилами любая культура имеет собственное представление о «плохом» и «хорошем» поведении. В каждой культуре формируется система долженствований и запретов, которые предписывают, как обязан человек поступать в той или иной ситуации, или указывают ни в коем случае чего-то не делать. Все это означает, что общение между людьми облечено в различные формы, подчинено тем или иным условностям и законам. Различные способы человеческого общения также диктуются культурными нормами. Практически с самого начала культурной деятельности человека возникает потребность в регулировании его поведения и общения с другими людьми. Необходимость этого вызвана тем, что материальные продукты культуры, которые создаются людьми, лишь показывают границы их возможностей, но они не определяют, как должны действовать люди в различных отношениях между собой. Поэтому вместе с созданием ценностей культуры стали одновременно формироваться также требования к поведению человека, которые регулировали как распределение этих ценностей, так и разнообразные отношения между людьми. Первоначально они представляли собой правила, регулирующие человеческое поведение, позднее в науке они получили название норм. Изначально нормы служили указателями на то, где, как, когда и что должны были делать люди в повседневной жизни. Различные нормы имели разную степень влияния и значения в поведении людей, и те из них, которые приобретали наибольшее влияние, становились общепринятыми.

На протяжении всей истории человечества различными культурами было создано огромное количество самых разнообразных , норм поведения и общения. В зависимости от способа, характера, цели, сферы применения, границ распространения, строгости исполнения все многообразие поведенческих норм было разделено на следующие виды: традиции, обычаи, обряды, законы, нравы.

Одним из первых регуляторов человеческого поведения стали нравы, которые были предназначены регулировать повседневное поведение людей, способы реализации ценностей, оценивать различные формы их отношений и т.д. Из всех культурных норм нравы являются наиболее подвижными и динамичными, поскольку призваны регулировать текущие события и поступки. Нравы — это моральные оценки допустимости тех или иных форм как собственного поведения, так и поведения других людей. Под действие этого вида культурных норм попадают такие формы поведения, которые бытуют в данном обществе и могут быть подвергнуты нравственной оценке. В силу такого своего характера нравы не предполагают немедленного их практического исполнения, а ответственность за их нарушение в целом значительно меньше, чем во всех других нормах. Среди других видов культурных норм наиболее распространенными и влиятельными являются *обычаи* — общепринятые образцы действий, предписывающие правила поведения для представителей одной культуры. Влияние обычаев, главным образом, распространяется на область частной жизни людей. По своему назначению они призваны регулировать взаимоотношения и коммуникации внешнего характера, то есть отношения с близкими и дальними родственниками, со знакомыми и соседями, публичное поведение человека за пределами собственного дома, бытовой этикет со знакомыми и незнакомыми людьми и др.

Регулятивная роль обычаев заключается в том, что они предписывают строго установленное поведение в определенных ситуациях. Обычаи возникли в незапамятные времена как традиционные формы поведения, благодаря

которым обеспечивалась культурная стабильность. В такой их роли было заинтересовано все общество, и оно стремилось их сохранять и культивировать. Поэтому многие обычаи оставались на протяжении веков неизменными.

В каждой культуре формируется своя система обычаев, распространяющаяся на все стороны повседневных отношений. Тот или иной обычай всегда связан с соответствующей специфической ситуацией. Поэтому характер и основные черты обычаев соответствуют образу жизни общества и его социально-сословной структуре. По этой причине одинаковые, на первый взгляд, обычаи в разных культурах приобретают совершенно разное содержание. Становление различных регуляторов поведения человека шло одновременно с развитием и усложнением его взаимоотношений с окружающим миром. По мере накопления культурного и социального опыта стали возникать устойчивые формы поведения, которые предписывали наиболее рациональные действия при взаимоотношениях различных групп людей в соответствующих ситуациях. Имеющие рациональный характер и многократно проверенные на практике, они стали передаваться от поколения к поколению, что придало им традиционный характер и породило новый вид культурных норм — традицию. Первоначально это слово обозначало «предание», подчеркивавшее наследственный характер соответствующих культурных явлений. В настоящее время назначение традиций сводится к регуляции межличностных и межгрупповых отношений, а также передаче социального опыта от поколения к поколению. Фактически традиция — это своего рода устные «культурные тексты», аккумулирующие в себе совокупность образцов социального поведения, сложившиеся формы социальной организации, регуляции и коммуникации.

Традиции имеют место в самых разных областях человеческой жизни. Взятые вместе, они представляют собой устойчивую систему поведения человека в самых разных сферах жизни и в разных ситуациях, выполняя при этом свою особую роль. Основной особенностью традиций является акцент на использование таких образцов и моделей поведения, следование которым

служит необходимым условием общественной жизни каждого человека. Этот вид социальной регламентации исключает элемент мотивации поведения: нормы, составляющие традицию, должны выполняться автоматически. Представители данной культуры в этом случае должны твердо следовать установившейся модели поведения, основываясь только на интуитивном убеждении, что «так поступали наши предки», «так принято» и т.п.

Возьмем для примера процедуру совершения покупок. В европейских странах при покупке товара отношения продавца и покупателя определяются устойчивыми ценами. В редких случаях здесь уместен торг, но он скорее исключение, а не правило. В то же время именно торг является необходимым атрибутом процедуры покупки в арабских странах. Там торговля является одновременно процессом общения между участниками и поэтому превращается в увлекательную и эмоциональную форму коммуникации. Разновидностью традиции является *обряд*, который представляет собой массовое выражение религиозной или бытовой традиции. Его главной отличительной чертой является не избирательность, а массовость, поэтому влияние обрядов не ограничивается какой-то социальной группой, оно относится ко всем носителям данной культуры. Как правило, обряды сопровождают важные моменты человеческой жизни, связанные с рождением, свадьбой, вступлением в новую сферу деятельности, переходом в другую возрастную группу, смертью. Однако наиболее известными и распространенными являются религиозные обряды, особенно связанные с использованием пищи. Наряду с традициями и обычаями неотъемлемой частью культуры любого народа является *право*, которое представляет собой систему обязательных правил поведения, санкционированных государством и выраженных в определенных нормах. Прообразом права были запреты (табу) в поведении человека. Право представляет собой совместный договор людей о правилах поведения. Эти правила являются общеобязательными для всех, а их исполнение контролируется государством. Действие права распространяется на все сферы общественной жизни: они определяют производство и распределение

продуктов между людьми, регулируют отношения между ними, регламентируют контакты и связи между народами.

Наконец, вероятно, наиболее важным и значимым регулятором поведения отдельного человека и отношений между людьми является *мораль*, которая призвана регулировать обыденные отношения людей, их ценностные ориентации, интерпретации различных явлений культуры, правила человеческого поведения и т.п. Необходимость морали как регулятора поведения обусловлена тем, что каждый человек так или иначе ведет себя, совершает какие-либо поступки, действия по отношению к окружающему миру и прежде всего по отношению к другим людям. При этом в его поведении проявляются особенности характера, темперамента, взгляды, вкусы, привычки, эмоции, чувства и т.д. Сопоставляя поведение какого-либо человека с определенными культурными ценностями общества, принято говорить о поведении нормальном либо отклоняющемся. Нормальным считается поведение, соответствующее нормам, которые выработало и которых придерживается данное общество. Оно включает определенные манеры, общепринятые способы общения, обращение с окружающими, которые могут быть подвергнуты нравственной оценке. Так, например, во многих культурах считается недопустимым ходить по улицам нагим, оскорблять старших, бить женщин, обижать слабых, издеваться над инвалидами и т.п.

Таким образом, различные виды культурных норм пронизывают практически все сферы человеческой жизнедеятельности. Их спектр довольно широк — от простых запретов до сложной системы социальных институтов. В процессе развития культуры некоторые из них сами приобрели статус культурных ценностей, а обязательность их исполнения в общественном сознании современного общества воспринимается не только как простая повинность, но и как осознанная необходимость, внутреннее убеждение человека. Нормативные регуляторы могут быть как разрешительными, так и запретительными. Однако с их помощью регулируются, координируются действия отдельных личностей и человеческих групп, вырабатываются

оптимальные пути решения конфликтных ситуаций, предлагаются рекомендации для решения разнообразных жизненных вопросов.

4.4 Список использованных источников и литературы

1. Гачев Г.Д. Космо-психо-логос. М.: Академический проект, 2002.
2. Григорьева Т.Г., Усольцева Т.П. Основы конструктивного общения. Новосибирск: Изд-во Новосибирского ун-та, 1999.
3. Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д., Садохин А.П. Основы межкультурной коммуникации: Учебник для вузов // Под ред. А.П.Садохина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003.
4. Колмаков В.Ю. Семантика менталитета. Современная этнопсихология. М., 2003.
5. Крысько В.Г. Этнопсихология и межнациональные отношения. М.: Изд-во «Экзамен», 2002.
6. Никольский С.А. О русском мировидении. // Человек, №4, 2007.
7. Садохин А.П. Введение в теорию межкультурной коммуникации. М.: Высшая школа, 2005.
8. Садохин А.П. Межкультурная коммуникация. Учебное пособие. М.: Альфа-М, ИНФРА-М, 2004.
9. Садохин А.П. Этнология: Учебник. М.: Гардарики, 2002.
10. Психология коммуникации: Психология коммуникации / Смольникова Л.В., Покровская Е.М. - 2016. 115 с. Режим доступа: <https://edu.tusur.ru/publications/5979> (Дата обращения: 20.11.2016)
11. Стефаненко Т.Г. Этнопсихология. М.: ИП РАН, Академический проект, Екатеринбург: деловая книга, 2000.
12. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. – М., 2000.
13. Этнология. Учебник для вузов // Под ред. Е.В. Миськовой и др. М.: Академический проект, Альма-матер, 2006.

5 ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ

1. Как вы думаете, чем вызван рост научного интереса к проблемам коммуникации?
2. Дайте определение понятия «коммуникация».
3. Охарактеризуйте многообразие подходов к определению данного понятия.
4. Какие научные дисциплины исследуют проблемы коммуникации?
5. Как соотносятся теория коммуникации и другие дисциплины?
6. Попробуйте определить место теории коммуникации в системе социогуманитарного и естественно-научного знания.
7. Охарактеризуйте основные законы теории коммуникации.
8. Как соотносятся понятия «коммуникация» и «общение»?
9. Проблема коммуникации в античной культуре
10. Какова коммуникативная проблематика в христианской культуре.
11. Каковы проблемы коммуникации в эпоху Возрождения и Новое время.
12. Назовите философские подходы к построению теории коммуникации.
13. Что такое массовая коммуникация?
14. Каково влияние массовой коммуникации на формирование ценностных ориентаций?
15. Предмет теории коммуникации. Методы и функции теории коммуникации.
16. Коммуникативный процесс
17. Виды коммуникаций. Вербальная коммуникация. Невербальная коммуникация.
18. Уровни коммуникации.
19. Межличностная коммуникация.
20. Коммуникация в малых группах.

21. Естественный и искусственные языки в коммуникации.
22. Формы публичной коммуникации. Жанры публичной коммуникации. Устная публичная коммуникация. Устная деловая публичная коммуникация.
23. Формы межкультурной коммуникации. Типы восприятия межкультурных различий.
24. Дайте определение понятия «коммуникация».
25. Назовите цели коммуникации.
26. Перечислите функции коммуникации.
27. Понятие «коммуникатор» и типы коммуникаторов.
28. Основные теории массовой коммуникации.
29. Функции средств массовой информации.
30. Коммуникативные барьеры непонимания.
31. Особенности устной речи.
32. Дайте определение коммуникационного процесса.
33. Охарактеризуйте основные модели коммуникации.
34. Отметьте достоинства и недостатки рассматриваемых моделей коммуникации.
35. В чем состоит специфика двухканальной модели речевой коммуникации?
36. Дайте характеристики основных элементов коммуникационного процесса.
37. Какие требования предъявляются к источнику сообщения (коммуникатору)?
38. Охарактеризуйте основные подходы к пониманию термина «код».
39. Что такое «кодирование» и «декодирование» информации?
40. Каково значение обратной связи в коммуникационном процессе?
41. Что такое «коммуникационный барьер»?
42. Каковы основания классификаций коммуникационных барьеров?
43. Назовите барьеры, обусловленные средой коммуникации.

44. Охарактеризуйте технические барьеры коммуникации.

45. В чем заключается специфика психофизиологических и социокультурных барьеров социальной коммуникации?

46. В чем заключаются основные различия устной и письменной коммуникации.

47. Назовите основные этапы формирования межкультурной коммуникации как отдельной отрасли знания и как классического университетского курса в США, Западной Европе и в России.

48. Почему межкультурная коммуникация сложилась как междисциплинарная наука?

49. Назовите и кратко охарактеризуйте основные понятия межкультурной коммуникации.

50. Что такое культурные нормы и культурные ценности и каково их место в МКК?

6 ПРАКТИКУМ

6.1 Индивидуальное задание 1

В течение 10 дней, каждый день фиксируйте по 2 новости. После 10 дней, сгруппируйте все новости по следующим классификационным признакам:

1) по сфере человеческой деятельности:

- политика;
- экономика;
- социально-бытовая сфера;
- криминал;
- культура, спорт, образование.

2) по характеру воздействия:

- положительная;
- отрицательная;
- нейтральная.

3) по частоте повторения:

- однократная;
- повторяющаяся (кратно 2, 3 и пр.);
- регулярная (с заданным ритмом).

4) по области описания:

- отечественная;
- зарубежная (локально);
- мировая (глобально).

5) по степени обусловленности:

- прогнозируемая;
- неожиданная.

Постройте обобщающие диаграммы.

Опишите полученные результаты. Сделайте выводы, почему, на ваш взгляд, получены именно такие результаты, что могло бы их изменить и т.п.?

Оформите в виде отчета.

6.2 Индивидуальное задание 2

Имена собственные обладают яркой культурной спецификой, поскольку номинативная деятельность – это одно из проявлений творческих способностей общества или определенных его членов. Это обеспечивает им национальное разнообразие даже в условиях глобализации всех сфер жизни.

Проекты:

1. Топонимические раскопки (названия населенных пунктов, рек, местностей)
2. Слово на вывеске
3. История края в его названиях
4. Политика переименования

Изучите имена собственные по одному из проектов.

Оформите в виде отчета.

6.3 Индивидуальное задание 3

Признак номинации – мотив названия.

1) Анализ названий улиц следующим образом: по размеру – Большая, по времени ее появления – Новая, по конфигурации – Кривая, по месту расположения – Подгорная и т.д.

Проанализируйте названия 10 улиц в вашем городе, опишите результаты.

Оформите в виде отчета.

2) Лицо по профессии чаще всего называется по выполняемому действию (учитель), орудию (комбайнер), продукту (сапожник), объекту (скотник), месту (пасечник) и т.д.

Придумайте по 7 дополнительных примеров на каждый способ.

Оформите в виде отчета.

6.4 Индивидуальное задание 4

1. Подберите родственные слова, объясните связи их значений.

Перчатка, сметана, мотылек, потакать, мохнатый, узор, местоимение, запятая, индюк, чеснок, ежевика, простыня, коньки, прилагательное, причастие, точка, черепаха, восхитить, внушить, косынка, бородавка, союз, предлог.

2. Определите, какие растения в среднеобских говорах называются следующим образом и опишите причины возникновения таких названий:

- любишь-не любишь, покосник, ворожейка
- гороховое дерево, горошельник, свистульки
- мышкина банька, дымовник, табачный шар, пыхалка, медвежий табак
- кусачка, ожалка, змеиное жало, жалючка, жгучка
- царевы очи, солнечник
- дед, колючка, чертова трава
- розоцвет, роза собачья, шипика

- попутник, поранник, порезник, семижилыник
- кислорот, коневник, конник
- ветреник, молочник, пушок

Оформите в виде отчета.

6.5 Индивидуальное задание 5

1) Сразу, без подготовки, прямо в классе напишите на листке бумаги все определения к речи, какие вы сможете вспомнить.

2) Произведите группировку определений на основе списка из четырех выделенных пунктов.

Речь свидетельствует:

- 1) о культурном уровне говорящего;
- 2) об иерархии говорящего (общественное, служебное положение и т. д.);
- 3) об уме, знаниях, логике;
- 4) о душевном состоянии, чувствах говорящего, состоянии здоровья (вплоть до психических нарушений).

3) Проанализируйте вышеприведенные определения и подумайте, в какие еще группы и по какому принципу их можно объединить. Запишите результаты вашей группировки.

4) Подумайте, какие из вышеприведенных определений являются положительными, отрицательными и нейтральными по своему воздействию на слушателей. Отметьте их на листе соответствующими знаками (+, —, Н).

5) Запишите максимальное количество определений к речи собеседников в следующих ситуациях:

- | | | | |
|----|--------------|----|-------------------------|
| а) | на экзамене, | ж) | на трибуне, |
| б) | на параде, | з) | в постели, |
| в) | в офисе, | и) | с подружкой, |
| г) | у нищего, | к) | на митинге, |
| д) | у матери, | л) | на подпольном собрании. |
| е) | в суде, | | |

Текст

Нам «...придется жить с новым парламентом, который, видимо, будет состоять из депутатов примерно тех же взглядов, какие имели депутаты Верховного совета. Новых депутатов, таких же демократических, как во Франции или Великобритании, взять негде. Новые депутаты будут очень похожи на старых, но все же не будут их близнецами. Изменения очень медленно идут. Медленнее всего — в главном, в менталитете. Одним из признаков изменений было появление среди кандидатов богатых людей, которые гордятся своим богатством, щеголяют им, утверждая, что заработанные деньги свидетельствуют об их способностях. Деньги разъедают социалистические привычки, образ жизни. Хорошо это или плохо — другой вопрос. Капитализм вызывает у большинства населения гнев, негодование, но вместе с тем привлекает своими возможностями. Может быть, в этом одно из объяснений того, что коммунисты в чистом виде — коммунистическая партия Геннадия Зюганова — не имеют большого числа сторонников. Возвращение назад в то же самое место кажется сегодня невероятным».

(Геллер М. Хроника XX века. Российские заметки, 1991-1996. М.: МИК, 1998)

б) Вышеприведенный текст прочтите вслух так, как вы его прочли бы в различных ситуациях, указанных в задании 5. Поработайте над этим заданием в аудитории, а затем, сделайте то же самое дома с записью на диск, выбрав для работы 3 — 4 ситуации. Принесите запись домашнего задания на следующее занятие.

Учебное пособие

Покровская Елена Михайловна

Процессы коммуникации в современном обществе

ФГБОУ ВО «ТУСУР».

634050, г. Томск, пр. Ленина, 40.

www.tusur.ru