

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ИССЛЕДОВАНИЮ КОММУНИКАЦИИ

Диодинова Олеся Александровна, ассистент, Астраханский государственный университет, 414056, Россия, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а, e-mail: odiodinova@mail.ru.

В статье раскрывается сущность термина «коммуникация» через призму различных психологических моделей. Уточнены цели, функции коммуникации. Рассмотрены различные подходы к пониманию коммуникации: психоаналитический, экзистенциальный, транс-коммуникативный, когнитивный.

Ключевые слова: коммуникация, информация, фрейминг, коммуникатор, внимание, транскоммуникация, психология

PSYCHOLOGICAL APPROACH TO COMMUNICATION RESEARCH

Diodinova Olesya A., assistant, Astrakhan State University, 414056, Russia, Astrakhan, 20a Tatishev st., e-mail: odiodinova@mail.ru.

The article provides the essence of the term "communication" through a prism of various psychological models reveals. The purposes and functions of communication are concretized. Various approaches to understanding of communication are considered: psychoanalytic, existential, a trance – communicative, cognitive.

Keywords: communication; information, freyming; communicator, attention, transcommunication, psychology

Коммуникативный процесс представляет собой необходимую предпосылку становления, развития и функционирования всех социальных систем, потому что именно он обеспечивает связь между людьми и их общностями, делает возможными связь между поколениями, накопление и передачу социального опыта, его обогащение, разделение труда и обмен его продуктами, организацию совместной деятельности, трансляцию культуры. Именно посредством коммуникации осуществляется управление, поэтому она представляет и социальный механизм, с помощью которого возникает и реализуется власть в обществе.

Термин «коммуникация» появился в научной литературе в начале XX в. и имеет три значения:

- 1) средства связи любых объектов материального и духовного мира;
- 2) общение, передача информации от человека к человеку (межличностная коммуникация);
- 3) общение и обмен информацией в обществе (социальная коммуникация).

Коммуникационная деятельность осуществляется в обществе в трёх формах:

- 1) общение – диалог равноправных партнеров;
- 2) управление – целенаправленное воздействие коммуникатора на получателя информации;
- 3) подражание – заимствование образцов поведения, стилей общения, образа жизни одних членов общества другими. Благодаря подражанию из поколения в поколение передаются язык, традиции, знания, умения.

Если целью общения является обмен информацией преимущественно эмоционального содержания, то целями коммуникации являются: обмен и передача информации; формирование умений и навыков, развитие профессиональных качеств; формирование отношения к себе, к другим людям, к обществу в целом; обмен деятельно-

стью, инновационными приёмами, средствами, технологиями; изменение ценностных установок и мотивации поведения; обмен эмоциями.

В зависимости от целей сообщения в научной литературе выделяют пять моделей коммуникации: познавательную, убеждающую, экспрессивную, суггестивную, ритуальную. Для каждой из этих моделей характерны свои цели и ожидаемый результат, условия организации, коммуникативные формы и средства.

Исходя из целей коммуникация выполняет следующие функции: информационно-коммуникативную (процесс обмена информацией); интерактивную (взаимодействие индивидов в процессе межличностного общения); гносеологическую (познавательную); аксиологическую (процесс обмена духовными ценностями); нормативную (процесс передачи и закрепления норм в обыденном сознании); социально-практическую (обмен результатами деятельности, способностями, умениями, навыками).

Существует множество определений социальной коммуникации. Наиболее часто встречающиеся из них: социальная коммуникация – это передача информации, идей, эмоций посредством знаков, символов; это процесс, который связывает отдельные части социальных систем друг с другом; это механизм, посредством которого реализуется власть (власть как попытка определить поведение другого человека).

В прикладных моделях коммуникации, т.е. моделях, которые в середине XX в. были призваны объяснить процессы в резко развившихся технических системах, отслеживаются составляющие коммуникативной цепочки с целью прогнозирования новых эффективных коммуникативных действий (Хабермаса). Основными прикладными моделями коммуникации явились модель Клода Шеннона (математическая) и Норберта Винера (кибернетическая).

Существуют различные теоретические модели социальной коммуникации. В рамках психоаналитической модели, основанной на теоретических учениях З. Фрейда и К. Юнга, коммуникация понимается как вытеснение индивидом своих бессознательных влечений.

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

Широкое признание и распространение получила линейная модель коммуникации, разработанная известным американским социологом и политологом Г. Лассуэллом и включающая пять элементов.

Формула Лассуэлла трактует коммуникацию преимущественно как императивный, побудительный процесс: «отправитель» в той или иной степени стремится оказать влияние на «адресата». Между тем ей присуще одно далеко не бесспорное допущение, которое заключается в том, что передаваемые сообщения всегда вызывают определённый ожидаемый эффект. Эта модель, несомненно, имеет тенденцию преувеличивать результативность воздействия передаваемых сообщений, особенно когда речь идёт о средствах массовой коммуникации.

Найдя модель Лассуэлла применимой, хотя и сильно упрощённой, некоторые исследователи стали развивать её дальше. Р. Брэдок добавил к ней ещё два элемента коммуникативного акта: условия, в которых протекает коммуникация, и цель, с которой говорит коммуникатор. Формула Лассуэлла отражает характерную особенность ранних моделей коммуникации – она предполагает, что коммуникатор всегда старается повлиять на реципиента, и, следовательно, коммуникация должна трактоваться как процесс убеждения. Это допущение ориентирует модель на применение прежде всего в области анализа политической пропаганды.

Рассмотрим теории, построенные в рамках когнитивной парадигмы. Поворот исследований в русло когнитивной психологии ознаменовался тремя моментами:

1) смещением фокуса внимания с независимых переменных, определяющих эффективность убеждения, на такие концепции переработки информации, как дискурсивная модель (где обсуждается природа языка) и фрейминг (схема представления события в СМК);

2) сменой зависимых переменных – переходом от изучения установок (отношения к объекту) к изучению познания (знаний или мнений об объекте);

3) сдвигом акцента на изучение самого коммуникативного сообщения с точки зрения влияния его переструктурирования на эффект его воздействия.

Человек обрабатывает информацию о мире с помощью восприятия информации, кодирования, репрезентации, памяти и решения проблем. Существует много способов описания процесса обработки информации, но они имеют некоторые общие черты: общее количество обрабатываемой информации в единицу времени ограничено вниманием; вероятность воспроизведения информации определяется тем, насколько хорошо она записана или активирована в памяти.

Когнитивная модель памяти наиболее широко применяется в исследованиях восприятия телевизионных новостей. Новости, передаваемые по телеканалам, запоминаются плохо. В одном из экспериментов было замечено, что запоминание значительно уменьшалось от первого к четвёртому сюжету, если все четыре сюжета относились к одной категории новостей. Когда категория менялась между третьим и четвертым блоками, наблюдался резкий скачок запоминания четвёртого сюжета. Эти результаты объясняются феноменом проактивной интерференции.

Классическая работа Лигшмана «Общественное мнение» содержала множество примеров несовпадения представлений людей о мире с окружающей действительностью. Люди действуют не на основе реальных данных, а исходят из картины мира, которая складывается у них под воздействием средств массовой коммуникации. Селективность и искажение фактов в новостях неизбежны и зависят от факторов, которые невозможно контролировать (например: ограниченность времени исследования журналистом раскрываемой им темы, специфика канала коммуникации, высокая стоимость эфирного времени и вследствие этого предпочтение одних деталей сообщения другим, необходимость привлечь и удерживать внимание аудитории).

Маккомбс и Шоу выдвинули теорию ранжирования общественных событий: существует устойчивая связь между особенностями подачи сюжетов в новостях и степенью важности, придаваемой им аудиторией. СМК не могут навязать своей аудитории конкретную точку зрения, но они могут заставить аудиторию считать одни проблемы более важными, чем другие. Порядок распределения сюжетов в средствах коммуникации по степени значимости определяет их иерархию в представлениях аудитории, т.е. ранжирует события в сознании индивида.

Таким образом, анализируя все перечисленные выше теории и концепции, можно констатировать многообразие взглядов на коммуникативный процесс и сущность коммуникации. Чаще всего концепции оказываются в большей или меньшей степени механистическими, рассматривающими обезличенный процесс передачи информации как основную сущность коммуникации, тогда как психосемантический, ментальный уровень коммуникативной трансформации остаётся неизученным.

Поэтому нам хотелось бы особое внимание уделить концепции, предложенной в рамках транскомуникативного подхода В.И. Кабриным. Автор развивает гипотезу о коммуникативной природе личности, в которой коммуникация играет роль «универсального интегрирующего процесса». Следует отметить, что в этой концепции понятия «коммуникация», «коммуникативность», «коммуникабельность» значительно расширены по сравнению с теми же понятиями в традиционной западной и отечественной психологии. Так, под коммуникацией В.И. Кабрин понимает некий универсальный информационно-энергетический смыслотворческий процесс, эмоционально заряженный и сопровождающийся глубинными эйдетическими переживаниями. Так, Кабрин отмечает, что «коммуникативность, как интегральная характеристика лично-

сти имеет значительно большую глубину и радиус действия, нежели принято думать: в неё может включаться генетический опыт прошлых поколений и жизней, ключ к которому в обычных условиях чаще всего недоступен».

В.И. Кабрин выделяет четыре основные формы общения, каждой из которых соответствует определённый уровень развития личности.

Коммуникация (контакт) – силовое, спонтанное, импульсивное, т.е. неадаптивное и закрытое, замкнутое внутри себя общение.

Экстра-коммуникация (беседа) – ситуативное, адаптивное, ориентирующееся на внешнее окружение и обстоятельства общение.

Интер-коммуникация (дискуссия) – партнёрское, взаимное, паритетное общение.

Транс-коммуникация (отношения: дружба, любовь) – преобразующее, воодушевляющее, вдохновляющее, позитивно и негативно потрясающее общение. Таким образом, проводя анализ проблемы коммуникации, мы обратились к различным концепциям и постарались раскрыть проблему коммуникативных аспектов личности с разных сторон.

Список литературы

1. Викулова Л. Г. Основы теории коммуникации : практикум / Л. Г. Викулова, А. И. Шарунов. – Москва : АСТ : АСТ МОСКВА : Восток-Запад, 2010. – 316 с.
2. Кожемякин Е. А. Основы теории коммуникации / Е. А. Кожемякин. – Москва, 2014. – 172 с.
3. Яковлев И. П. Ключи к общению. Основы теории коммуникаций / И. П. Яковлев. – Санкт-Петербург : Авалон : Азбука-классика, 2011. – 240 с.
4. Шибутани Т. Социальная психология / Т. Шибутани. – Москва : АСТ – Ростов-на-Дону : Феникс, 2009. – 538 с.
5. Шилова В. А. О психологическом подходе к изучению процессов коммуникации / В. А. Шилова // Российское общество и социология в XXI веке: Социальные вызовы и альтернативы : мат-лы II Всерос. социол. конгр. – Москва : Изд-во МГУ, 2004.
6. Конечкая В. П. Социология коммуникации / В. П. Конечкая. – Москва, 2007.

References

1. Vikulova L. G., Sharunov A. I. *Osnovy teorii kommunikacii*. Moscow, AST, AST MOSKVA, Vostok-Zapad, 2010. 316 p.
2. Kozhemjakin E. A. *Osnovy teorii kommunikacii*. Moscow, 2014. 172 p.
3. Jakovlev I. P. *Kljuchi k obshheniju. Osnovy teorii kommunikacij*. St. Petersburg, Avalon, Azbuka-klassika, 2011. 240 p.
4. Shibutani T. *Social'naja psihologija*. Moscow, AST – Rostov-on-Don, Feniks, 2009. 538 p.
5. Shilova V. A. *O psihologicheskom podhode k izucheniju processov kommunikacii // Rossijskoe obshhestvo i sociologija v XXI veke: Social'nye vyzovy i al'ternativy*. Moscow, Moscow State University Publ., 2004.
6. Koneckaja V. P. *Sociologija kommunikacii*. Moscow, 2007.

КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРОЦЕССЫ В СТУДЕНЧЕСКИХ ГРУППАХ КАК СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА

Кажиа Эмине, аспирант, Астраханский государственный университет, 410056, Россия, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а, e-mail: elenagrebenuk@mail.ru.

В статье рассматриваются проблемы влияния коммуникативных процессов на различные аспекты психологического взаимодействия студентов в процессе совместной деятельности. Анализируются проблемы межгруппового восприятия методом сравнительного анализа различных теорий. Приводятся результаты эксперимента по выявлению качества межличностных взаимоотношений в студенческих группах.

Ключевые слова: межличностные взаимоотношения, конформизм, социально-перцептивные процессы, принцип соперничества