Лекция 1.

ТЕОРИЯ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Основные понятия в коммуникации

Коммуникация пронизывает все стороны жизни об­щества, социальных групп и отдельных индивидов. По­нятие «коммуникация» имеет много значений, которые отражают многоплановость подходов к этому феномену. Оно многозначно настолько, насколько многогранен сам коммуникационный процесс.

**Коммуникацию** можно представить как передачу того или иного содержания от одного сознания (массового или индивидуального) к другому.

Коммуникация — это процесс обмена информацией, пересылка сведений от точки передачи отправления к точке приема без изменения последовательности или структуры содержания. Особый подход к пониманию коммуникации выработала философия. Представители экзистенционализма и персонализма, в частности, игно­рируют ее социальный смысл. Ж.-П. Сартр трактует коммуникацию как «глубокое несчастье бытия», Мунье усматривает в ней основное отличие человека от осталь­ного мира. «Коммуникация» — центральное понятие миропонимания К. Ясперса — возводится им в ранг кри­терия философской истины и отождествляется с разу­мом. Смысл философии по Ясперсу — в создании путей общечеловеческой «коммуникации» между странами и веками поверх всех границ культурных кругов. Возмож­ность этой связи времен, по его мнению, обеспечена до­стижениями «осевого времени» (VIII — III вв. до н.э.) когда одновременно действовали первые греческие фи­лософы и основатели важнейших религиозно-философс­ких традиций в Азии. «Осевое время», как полагает Ясперс, создало для всех времен общечеловеческий за­вет личной ответственности, послужив общим источни­ком культур Востока и Запада.

Психология под коммуникацией понимает процессы обмена продуктами психической деятельности. Наконец, социология рассматривает коммуникацию как соци­альный процесс, отражающий общественную структуру и выполняющий в ней связующую функцию.

В английском языке термин «communication» имеет несколько значений: общение, связь, средство связи, создание и распространение информации. Несмотря на это, практически все авторы определений трактуют коммуникацию как взаимодействие в процессе общения и передачи информации. Таким образом, понятие коммуникации включает в себя:

средства связи любых объектов материального или духовного мира;

общение, передачу информации от человека чело­веку;

общение и обмен информацией в обществе.

В основе теорий коммуникации лежит процесс науч­ного поиска ответов на вопрос об отношении категорий материального и нематериального мира. Эти теории рас­сматривают природу (двуединство) таких понятий, как биологическое и социальное; природа и культура; мак­ро- и микромиры; индивидуум и общество.

В истории теорий коммуникации условно можно выделить несколько подходов к осмыслению коммуника­ционных процессов: романтический, технический и на­учный. Представителем первого может рассматривать­ся Аристотель, который в известной работе «Ритори­ка» предложил одну из первых моделей коммуникации и оратор — речь — аудитория. Предпосылки формирования технического подхода складываются в процессе раз­вития науки и техники. Создание в XIX веке новых технических систем — средств коммуникации и фор­мирование принципа свободного обмена создают пред­посылки для нового понимания процесса коммуника­ции как фактора, интегрирующего общество. Общество представляется как единый организм, как совокупность органов, имеющих конкретную функцию. Этот подход инспирирует формирование первой концепции современ­ной науки — теории коммуникации. Разделение труда — первый шаг в развитии теории, который восходит в конце XVIII века к деятельности А.Смита. Знания ком­муникационного процесса становятся необходимыми для организации коллективного труда. Появление конвей­ера по-новому организует труд людей. И нужны зна­ния, чтобы управлять ими в процессе работы. В Анг­лии в это время происходят кардинальные изменения в области средств коммуникации (речного, наземного и морского транспорта) и переворот в промышленности. Все это создает благоприятные предпосылки для ана­лиза и теоретического объяснения коммуникационных процессов.

Термин «коммуникация» появился в научно-иссле­довательской литературе в начале **XX** века, когда в рам­ках различных наук (кибернетики, информатики, пси­хологии, лингвистики, социологии и других) шел про­цесс осмысления новых знаний в этой области. В сере­дине **XX** века понятие «коммуникация» достигло статуса исчисляемого символа. И в этом виде коммуникация становится мощным средством, обеспечивающим свобод­ный концептуальный междисциплинарный обмен.

В 1948 году американский математик Клод Шеннон публикует монографию «Математическая теория ком­муникации», в которой он, основываясь на итогах сво­ей работы над секретными кодами в области криптог­рафии начиная с 1941 года, выдвигает ряд гипотез, приведших его позднее к созданию математической те­ории и модели коммуникации. Шеннон предлагает схему «базовой модели коммуникации», рассматривая тех­нические стороны процесса передачи информации. Со­гласно его предположению, проблема коммуникации заключается в «репродуцировании в данном месте с определенной точностью сообщения, переданного из другой точки». Шеннон поставил перед собой задачу разработать математический рисунок, с помощью кото­рого можно представить, каким образом возможно со­здать высококачественное сообщение. И в 1949 году разрабатывает графическую линейную модель комму­никации, включающую четыре основных функциональ­ных элемента и один фактор дисфункции — шум. Та­ким образом, он принимает во внимание, что в процес­се передачи информации на качество сигнала или каче­ство сообщения влияют шумы или помехи, которые могут исказить смысл передаваемого сообщения. В ка­честве технического шума может выступать, например, наличие нескольких сигналов в канале, в других видах коммуникации, например рекламе, такой шум может быть представлен в виде действий конкурентов. В этой линейной схеме коммуникация строится в виде цепоч­ки элементов: источник (информации), который ини­циирует сообщение (например, разговор по телефону), передающее устройство, которое трансформирует со­общение в систему знаков, канал, по которому пере­дается сигнал (телефонный кабель), декодер или при­емник, который реконструирует сообщение, и направле­ние (пункт назначения), человек, которому передается сообщение. Следы модели Шеннона можно обнаружить во множестве более поздних моделей массовой комму­никации. Разработки Шеннона становятся логическим продолжением работ математика Андрея Маркова по теории цепочки символов в литературе в первом деся­тилетии XX века, продолженных гипотезой Ральфа Хартли, который в 1927 году впер­вые предложил способ исчисления символов информа­ции — бинарный код. Другой известный ученый, кото­рого по праву называют отцом кибернетики, Норберт Винер, обосновал циркулярную модель коммуникации, в основе которой была модель Шеннона, но при этом было выделено новое важное обстоятельство — обрат­ная связь коммуникатора с коммуникантом и обосно­вана ее роль с точки зрения эффективности самого про­цесса коммуникации. Н.Винер определил ряд особен­ностей социальной коммуникации и применил понятие энтропии. Так, согласно его пониманию, сумма инфор­мации в какой-либо системе есть мера уровня ее орга­низованности. Энтропия — мера уровня ее деградации. Одно является негативным последствием другого. Энт­ропия — тенденция в природе разрушать порядок ве­щей, ускорять процесс биологической деградации и со­циальный беспорядок, составляющие фундаментальную угрозу. Информация должна постоянно циркулировать в обществе. Общество информации может существовать только при условии свободного информационного обме­на. Наступление энтропии прямо пропорционально от­ступлению прогресса.

Наиболее активно феномен коммуникации изучался во второй половине XX века. В 50—60-е годы особый научный интерес вызывали способы формализации со­общения, его кодирование и декодирование, передача информации от адресанта к адресату. В информатике и кибернетике коммуникация рассматривалась как ли­нейный односторонний процесс. 70-е годы отмечены ин­тересом к проблемам, которые акцентировали внима­ние на психологические и социальные характеристики общения, семантическую интерпретацию коммуникатив­ных актов, на правила и особенности речевого поведе­ния. При этом исследователи практически не затраги­вали механизм общения. В 80-е годы стало развиваться социологическое направление, в рамках которого изу­чалась сущность общения, понимаемое как следствие закономерностей функционирования общества, обще­ственных институтов. Сформировались логико-семиоти­ческий и культурологический подходы, нашедшие свое отражение в психологии и социолингвистике.

В процессе формирования научного понятийного ап­парата были выделены термины «общение» и комму­никация». Общение рассматривалось как межличност­ное взаимодействие людей при обмене информацией по­знавательного или аффективно-оценочного характера и составило содержание понятия «межличностная комму­никация». Общение представлялось как социально-обусловленный обмен мыслями и чувствами между людьми в различных сферах деятельности. Наряду с этим выде­лялось понятие **массовой коммуникации** как разновид­ности социальной коммуникации. **Социальная коммуникация — это коммуникативная деятельность лю­дей, организаций, масс-медиа, которая обусловлена совокупностью социально-значимых ценностей, оце­нок, конкретных ситуаций, коммуникативных норм общения, принятых в данном обществе** [53]. Она рас­сматривалась как социально обусловленный процесс (со­циальная коммуникация) передачи и восприятия инфор­мации в массовом общении и включала два аспекта: ком­муникативно-социальный и социально-психологический. Содержательной стороной того и другого выступает ин­формация. В обрядовой коммуникации, которую мы рас­сматриваем в данном пособии непосредственно, в каче­стве содержания выступают обряды, традиции, обычаи и т.д., на которых мы подробно остановимся в следую­щей главе. Обрядовая коммуникация является разновид­ностью массовой коммуникации.

**Массовая коммуникация** в большинстве теоретических работ трактуется как процесс связи и передачи информации группе людей одновременно с помощью средств массовой информа­ции. Можно выделить некоторые особенности этого про­цесса:

массовость аудитории;

гетерогенность аудитории;

использование средств массовой коммуникации;

быстрое распространение сообщений.

Условия, создающие возможность современной мас­совой информации, включают обладающее определенным уровнем грамотности, досуговым временем и некоторой долей потребительской ориентации население.

Во всем многообразии подходов к понятию массовой коммуникации можно выделить несколько ключевых определений, которые аккумулируют в себе более част­ные значения этого феномена. Впервые в 30-е годы по­нятие массовой коммуникации сформулировал амери­канский социолог Г. Лассуэл, анализируя язык полити­ческой пропаганды. В 1948 году он определил три функ­ции массовой коммуникации:

информационную функцию или обозрение окру­жающего мира;

преобразующую функцию или воздействие на об­щество через обратную связь;

3)познавательно-культурологическую функцию или передачу культурного наследия.

Дэннис Макквейл, профессор Амстердамского уни­верситета, предложил семь основных характеристик массовой коммуникации:

направлена на большие аудитории;

имеет открытый, публичный характер;

требует обычно сложной формальной организаци­онной структуры;

социально-культурная неоднородность аудитории, участвующей в процессе коммуникации;

коммуникант, как правило, обладает знанием о социальном статусе коммуникатора;

коммуникация выполняет функцию сплочения аудитории вокруг общей цели во имя решения общих задач;

одновременный контакт с большим числом лю­дей, удаленных друг от друга и от коммуникатора.

Современные концепции массовой коммуникации

Разнообразие подходов к исследованию массовой ком­муникации можно разделить на два направления, две парадигмы, отличающиеся базовыми исходными прин­ципами в понимании сущности, определении социаль­ной роли и содержания массовой коммуникации: **структурно-функционалистическую и социокультурную.** В рамках **функционалистской** парадигмы рассматриваются, прежде всего, особенности функционирования средств массовой информации и проблема их эффективности. К таким исследованиям можно отнести концепции «индоктринации» Г. Лассуэла, «многоступенчатого потока информации» П. Лазарсфельда и У. Шрамма, «теории культивации» Дж. Гербнера, «гипотезы установленной повестки дня» Д. Шоу и М. Маккомбса. Исследователи этого направления рассматривают, прежде всего, социо-психологический аспект процесса массовой коммуникации. Они предлагают наиболее полные и достоверные иссле­дования деятельности масс-медиа. В целом же социальная роль массовой коммуникации была сужена до утилитар­ного понимания массовой коммуникации как системы, выполняющей прагматически заданные функции.

Исследователисоциокультурной парадигмы рассматривают массовую коммуникацию как специфическую черту культуры XX века, при этом термин «культура» представляется для них в описании и характеристиках общества. Поэтому массовая коммуникация понимается как способ формирования социального пространства и времени, как основной механизм социального управле­ния. Представители «Франкфуртской школы» В. Беньямин, Т. Адорно, Ю. Хабермас и другие полагают, что в прошлом веке массовая коммуникация стала одной из основных форм социального господства, творцом так называемой «индустрии культуры», тотально закрепо­щающей индивида. М. Маклюэн же, напротив, уверен, что «электронный глобализм» массовых коммуникаций способствует росту единства и взаимопонимания челове­чества, обозначает путь ко всеобщему планетарному со­знанию.

Концепция пост индустриализма как исследователь­ское направление современных массово-коммуникативных процессов представляет собой синтез идей собственно «постиндустриалистов» (Д. Белл, 36. Бжезинский, О. Тоффлер) и «пост модернистов» (Ж. Бодрийар, Ж.-Ф. Лиотар, Ю. Хабермас и другие).

**Содержание коммуникативного процесса**

В коммуникативном процессе все действия коммуни­катора направлены на достижение поставленной цели. Этой цели можно добиться, воздействуя на те или иные сферы человека. Таким образом, цель — это тот резуль­тат, ради которого коммуникатор вступает в коммуни­кацию с реципиентом. Предмет коммуникации — это та часть внутреннего или внешнего мира реципиента, на которую коммуникатор воздействует. И если по форме проявления (слова, жесты и другие невербальные аспек­ты) коммуникация относится к физическому, матери­альному миру, по содержанию (значение слова) к соци­альному, то по предмету воздействия коммуникация все­гда относится к духовно-психологическому миру. Так как коммуникативное сообщение сначала воспринима­ется, затем интерпретируется, осмысливается и только после этого оно может быть принято или нет, то предме­том любого коммуникативного воздействия является, в первую очередь, духовно-психологическая сфера чело­века, а затем — его поведение, состояние или отноше­ние. Духовно-психологическая сфера человека наиболее подвержена изменениям и уязвима. Она чаще всего ис­пользуется в коммуникации как посредник для измене­ния его эмоционального, познавательного, поведенчес­кого аспектов. Это означает, что одной и той же комму­никативной цели можно добиться, воздействуя на раз­ные особенности и духовно-психологические стороны человека как предмета коммуникации, а одни и те же формы воздействия на разных людей приводят иногда к противоположным результатам. Исходя из этого, коммуникативное воздействие на человека должно быть индивидуальным и адекватным той части его психологичес­кого мира, через которую коммуникатор стремится дос­тигнуть своей цели.

Процесс коммуникации требует от его инициатора зна­ния своей целевой аудитории. Это позволяет прогнози­ровать степень достижения поставленных перед конкрет­ным коммуникативным актом целей. Коммуникативный акт — это процесс передачи сообщения от коммуникато­ра к реципиенту. Формальным критерием завершеннос­ти коммуникативного акта является наблюдаемый ком­муникатором факт принятия реципиентом от него сооб­щения, т.е. наличие подтверждения достоверной обрат­ной связи.

**Информация как основной элемент коммуникации**

Информация — это содержание, которое передается в процессе коммуникации и, таким образом, является од­ним из ее элементов. Подобно тому, Норберт Винер дает следующее определение информации: «Информация — это обозначение содержания, полученного из внешнего мира в процессе нашего приспособления к нему наших чувств».

В рамках философского определения, информация — одна из трех фундаментальных субстанций, составляю­щих сущность мироздания и охватывающих любой про­дукт мыслительной деятельности, прежде всего знания, образы. Существует два вида информации: **биологи­ческая (генетическая) и социальная.** Когда мы говорим о моделях коммуникации, мы рассматриваем коммуни­кационные процессы и в природе (биологические моде­ли), и в обществе (социальные модели, модели массовой коммуникации). **Биологическая информация содержит­ся** в хромосомах организмов и передается по наследству.

Социальная информация заново приобретается каждым поколением. Информация, которую использует человек, рассматривается как знание. В повседневной практике под информацией обычно понимают сведения, представляющие определенный ин­терес, которыми обмениваются люди в процессе обще­ния. Таким образом, циркулирующая в обществе инфор­мация, к созданию которой причастен человек, называ­ется **социальной информацией.** Носителями социаль­ной информации являются речь, графика, знаковые системы, коды, символы и, наконец, технические сред­ства. Источником социальной информации является че­ловеческая деятельность. Одной из подсистем социаль­ной информации, к которой мы в дальнейшем будем часто обращаться, является массовая информация.

**Массовая информация — это вид социальной ин­формации, которая собирается, накапливается, обра­батывается, передается с помощью средств массовой информации и которой хотя бы на одном из выше­указанных этапов ее жизненного цикла оперирует массовая аудитория.**

**К характерным чертам массовой информации от­носятся:**

— направленность на массовую аудиторию (общест­во, народ, слой, группу, регион, профессию и т.п.);

— направленность на формирование единой позиции масс по социальным проблемам;

— способность ориентировать массы в реализации социально-политических, экономических, куль­турно-духовных и других потребностей и интере­сов гражданского общества;

— доступность: легкость восприятия и усвоения ин­формации, удобные способы ее получения (на дом, на работу или службу и т.д.);

— возможность интерактивного (благодаря современ­ным информационным технологиям) обмена ин­формацией взаимодействующих сторон;

— регулярность поступления;

— открытость для участия в работе органов инфор­мации в различных формах (письма, отклики, «прямой провод», выход в эфир).

Таким образом, массовая социальная информация связана со сведениями о социальной сфере в той мере, в какой они используются обществом, человеком, вовле­чена в процессы общественной жизни. Она несет на себе глубокий след общественных отношений, отпечаток по­требностей, интересов, психических черт, мнений раз­личных общее гневных групп, которые пользуются этой информацией.

Базовые системы коммуникации

Содержание социальной коммуникации определяет­ся теми целями, которые она призвана реализовывать. Это, прежде всего, обеспечение жизнеспособности соци­ума и различных аспектов его существования. Базовые или первоначальные системы коммуникации — поня­тие, которое позволяет определить сущностные характе­ристики общественных систем, функционирующих в определенном, исторически сложившемся обусловленном коммуникативном пространстве, закономерности и пер­спективы их развития. Исследователь Холл **пред­ложил общие критерии оценки состояния социальной среды, определив их как 10 базовых систем коммуни­кации, которые объединены в три группы или вокруг трех «полюсов».**

**Первый** **«полюс»** он определил как «ядро» и включил в него такие понятия, как « существование», «бисексу­альность» и «объединение». Его содержание определено необходимостью выживания и репродукции человека.

**Второй «полюс»** назван Холлом «полюсом ориента­ции» или «позиционирования». Он содержит секторы « территории» и «времени», основополагающие элемен­ты, относительно которых индивидуумы осуществляют общение с окружающей средой и между **собой.**

Но в процессе такого общения, и это будет третьим **«полюсом»,** индивиды развивают свою эмоциональную чувственную сферу, которая соотносится к секторам «защиты», «игры», «знания».

В рамках Х системы коммуникации рассматривается проблема, которая сегодня составляет угрозу жизни че­ловечества:

— проблема использования окружающей среды с учётом ее составляющих: земных угодий (лес, савана, пустыня), водных просторов (реки и моря воздушных просторов (ветер, полеты), т.е. проблема комфорта в широком смысле. Все это, представляя собой, технический уровень включает эксплуатационные технологии окружающей среды — от белого горючего до черного золота. При этом принимаются во внимание сберегающие технологии, технологии в области средств коммуникации (транспорт, информационные коммуникации). Кроме того, исследовательские более классические технологии, зондажи, которые вызваны к жизни ввиду реально проявляющегося сегодня там называемого эффекта бумеранга как результата загрязнения и увеличения отходов жизнедеятельности человеке

Другими словами, любую общность людей, обладающих своей культурой, можно охарактеризовать следующими категориями:

— осознание себя и пространства (разные культур имеют свое представление о «комфортной индивидуальной зоне»; чтобы чувствовать себя комфортно, американцам требуется большее расстояние между людьми, чем латиноамериканцам; одной культуры достаточно строго структурированы, формальны, другие — гибки и неформальны; которые культуры закрыты, и место каждого индивида в них четко закреплено, некоторые открыты и изменчивы);

— коммуникация и язык (система как вербально, так и невербальной коммуникации отличает одну культуру от другой; помимо множества языком диалектов, сленгов, акцентов, существующих мире, жесты по-разному интерпретируются в разных культурах);

— одежда и внешний вид (сюда можно отнести верх­нюю одежду, а также украшения, которые отли­чают одну культуру от другой);

- еда и правила поведения за столом (в разных культу­рах по-своему выбирают еду, готовят, подают и едят ее; американцы и европейцы любят говяди­ну, которая считается запретной у индусов; весь мир употребляет в пищу свинину, которая являет­ся табу для мусульман и евреев; манера потребле­ния пищи также отличается в разных культурах);

— время и его восприятие (отношение ко времени различно в разных культурах: одни отличаются пунктуальностью, другие обращаются со време­нем свободно; замечено, что немцы, как правило, точны, а выходцы из стран Средиземноморья про­сто не задумываются об этом);

— взаимоотношения (каждая культура закрепляет определенные человеческие отношения в зависи­мости от возраста, пола, статуса, достатка: в од­них странах почитают старших, в других их иг­норируют; в одних странах женщины должны закрывать лицо и проявлять почтительность, по­корность, в других они равны с мужчинами);

— нормы и ценности (потребности общества и прио­ритетные формы поведения тоже определяются культурой; в странах с невысоким уровнем развития к основным потребностям общества относятся еда и кров; в развитых странах ценности приобретают деньги, материальный достаток, закон и порядок;

— культурные нормы обусловливают этику поведе­ния на работе, формируют традиции и ритуалы бра­косочетания, рождения, смерти, устанавливают правила хороших манер и образцового поведения);

— система религиозных убеждений и представлений (религиозные традиции в различных культурах вли­яют не только на отношение к жизни и смерти, но находят свое отражение в деловых культурах);

— умственная деятельность и методы обучения (в разных культурах люди по-разному думают и учатся; например, немцы высоко ценят логику, некоторые культуры ценят абстрактное мышление умозрительность, другие предпочитают механическое заучивание и запоминание наизусть);

— организация труда и отношение к работе (отношение к труду, основные виды трудовой деятельности, разделение труда, методы и принципыработы также отличают одну культуру от другой; некоторые культуры пропагандируют такое понимание труда, при котором от всех членов общества ожидается участие в полезной и нужной деятельности; в других культурах идея труда понимается шире, включая в себя занятия спортом, музыка и другими видами искусства; в культурах, гдеопределяющую роль играет религия, работа является актом служения Богу и народу и считается моральным долгом каждого члена общества).

*Контрольные вопросы для самостоятельной работы:*

1. Раскройте понятие коммуникации.

2. Дайте определение процесса массовой коммуникации.

3.Раскройте содержание современных концепций массовой коммуникации.

4. Дайте определение массовой информации.

5. Определите особенности и характерные черты массовой информации.

6. Какое влияние оказывают базовые системы коммуникации на развитие общественной жизни?

7. Назовите основные системы коммуникации и назначение.

8.Каковы основные «полюсы» или критерии, позволяющие охарактеризовать содержание базовых систем коммуникации?

9. Раскройте понятие системы базовых коммуника­ций. Какое место они занимают в общественной жизни?