

Балакаева А.Д.

УДК 008:316.28

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ

В XX веке в среде гуманитарных наук выделяются области знания, претендующие на самостоятельность. Одной из таких областей стала теория коммуникации. Это связано с бурным развитием средств массовой коммуникации и необходимостью осмыслить их роль в жизни общества и степень влияния на процессы, происходящие в нем. Среди множества теорий, выдвинутых отечественными и западными учеными, наиболее интересными нам показались те, о которых мало известно в отечественной литературе, что связано с избирательностью при переводе и публикации трудов западных теоретиков. В данной статье представлены основные положения некоторых теорий.

Теория уменьшения неопределенности (Uncertainty Reduction Theory) была представлена в 1975 году в работе американских ученых Чарльза Бергера и Ричарда Калабрезе «Некоторые исследования в области первичного взаимодействия и за его пределами: к теории развития межличностных коммуникаций» (Some Exploration in Initial Interaction and Beyond: Toward a Developmental Theory of Interpersonal Communication). Хотя само понятие неопределенности (Uncertainty) было введено еще «отцами теории информации» Клодом Шенноном и Уорреном Уивером как ситуация, в которой существует большое количество равновероятных альтернатив исхода событий, именно Бергер и Калабрезе сумели применить понятие неопределенности к межличностной коммуникации. По Бергеру и Калабрезе, неопределенность – это «ряд возможных стратегий поведения каждого из взаимодействующих процесса коммуникации» [2]. Согласно теории уменьшения неопределенности, чем выше уровень неопределенности в конкретной ситуации, тем меньше возможности у индивида предсказать поведение собеседника и последствия. Авторы отмечают, что неопределенность имеет противоречивую природу: слишком много определенности и предсказуемости делают отношения тусклыми и неинтересными, равно как и избыток неопределенности делают коммуникацию неприемлемой [2]. Таким образом, выстраивание отношений представляют собой диалектику стабильности и изменения, определенности и неопределенности.

Теория уменьшения неопределенности получила свое развитие в работах Вильяма Дугласа, Салли Планалп, Джеймса Ханиката и многих других исследователей. Кроме того, её влияние распространилось и на изучение коммуникации в других контекстах, как то: в изучении массовой, компьютерно опосредованной и коммуникации малых групп.

Теория пропаганды была исследована в трудах Уолтера Липманна, Гарольда Ласуэлла и Эдварда Бернейса. Теоретические разработки Уолтера Липманна тесно связаны с работами его учителей и предшественников: Уильяма Джеймса, Джорджа Сантаяны, Грехема Валласа, Карла Маркса и Зигмунда Фрейда. Результатом многолетнего изучения и анализа трудов предшественников стала теория общественного мнения и теория пропаганды Уолтера Липманна. Эмпирический анализ явления пропаганды был осуществлен в работах Гарольда Ласуэлла. Среди его достижений главным, пожалуй, считают разработку метода контент анализа. Именно этот метод стал выражением одного из наиболее известных определений коммуникации, выдвинутой Ласуэлом: «Кто говорит, что говорит, через какие каналы коммуникации, кому и каков эффект» [11].

В отличие от Липманна, который считал, что обществом можно свободно манипулировать, Эдвард Бернейс, разработавший теорию «Паблик Релейшнс», высказывается против такого мнения. Он утверждает, что «общество – это не аморфная масса, которую можно моделировать или которой можно диктовать свое мнение» [2]. Бернейс придерживается позиций, что влияние на общество должно приносить пользу обеим сторонам. Паблик релейшнс, утверждает он, необходимы каждому конкретному индивиду, чтобы понимать свое место, свои задачи в обществе, оценивать мнения других и возможности лидерства, а также выстраивать свою линию поведения. Тем не менее, Бернейс согласен с мнением, что общество может быть объектом манипуляции.

Представленные теории важны по нескольким причинам. В первую очередь, они доказали, что общество подвержено влиянию средств массовой коммуникации. Также данные теории привлекли внимание к изучению функций средств массовой информации и их возможностям формировать общественное мнение. Сформировавшиеся несколько десятилетий назад, эти теории и сегодня эффективно помогают нам понять общество, в котором мы живем.

Теория «Обретения пользы и удовлетворения» (Uses and Gratifications Theory) была разработана, главным образом, в трудах Элиягу Катца и Джея Блумлера. Она противоречила господствующему в теории коммуникации мнению, что аудитория является пассивной группой, а, напротив, пыталась доказать, что люди используют средства массовой информации для своей пользы [8]. Теория обретения пользы и удовлетворения обращается к исследованию взаимодействия массовой коммуникации и аудитории. Катц, Блумлер и Гуревич предложили пять базовых положений данной теории, которые и определяют основные границы взаимоотношений медиа и аудитории:

1. Аудитория воспринимается как активная. Это значит, что зритель преследует определенную цель и использует средства информации для достижения своей цели. Эта цель также влияет на выбор конкретного средства коммуникации.

2. В процессе массовой коммуникации инициатива выбора средств информации и удовлетворения потребностей лежит, преимущественно, на зрителе. Мнение индивида и всего общества становятся достойным «противником», казалось бы, всемогущим медиа.

3. Медиа постоянно ведет борьбу с другими источниками удовлетворения потребностей. Потребности, удовлетворяемые средствами массовой коммуникации, составляют только часть общего диапазона человеческих потребностей.

4. Медиа выполняют задачи по удовлетворению потребностей, информацию о которых предоставляют отдельные члены аудитории. Это значит, что люди могут сами свободно формулировать свои потребности.

5. Оценочные суждения относительно культурного значения массовой коммуникации следует приостановить, пока не будет исследована ориентированность аудитории. Только аудитория может оценить содержание источника информации, и делает это, реализуя свой индивидуальный выбор, использовать этот источник или нет [8].

Одной из важных разработок теории обретения пользы и удовлетворения является модель Маккуэйла, Блумлера и Брауна «взаимодействия личности и медиа», которая предлагает четыре важных аспекта медиа как удовлетворения потребностей:

- Развлечение – уход от рутины или проблем, эмоциональная разгрузка;
- Личные отношения – дружеское общение, общественная полезность;
- Персональная идентичность – самоотносимость, исследование реальности, укрепление системы ценностей;
- Надзор, наблюдение, обзор (формы поиска информации).

Исследования Катца и его коллег заложили теоретическую основу теории обретения пользы и удовлетворения. И хотя с тех пор разработки в этой области значительно расширились, в их основе до сих пор лежат аналитические разработки Элиягу Катца [2].

Теория зависимости была впервые описана в 1976 году Мелвином Дефлером и Сандрой Болл-Рокич и, в сущности, представляет собой объяснение связи между содержанием медиа, обществом и поведением аудитории. Теория зависимости, или, как ее еще называют, теория селекционной зависимости тесно связана с теорией обретения пользы и удовлетворения и предполагает, что, чем больше потребностей конкретного человека удовлетворяет тот или иной канал коммуникации, тем более зависимым становится человек от этого канала. Кроме того, степень зависимости всей аудитории увеличивается в период социальных потрясений, а также важных событий, как выборы президента или мировые спортивные чемпионаты. Таким образом, медиа может в некоторой степени влиять на поведение аудитории [8].

Теория «Распространения инноваций» (Diffusion of Innovations), на наш взгляд, является одной из наиболее интересных, так как она непосредственно связана с практической деятельностью человека. Разработанная Габриэлем Трэйдом и Эверетом Роджерсом, теория «Распространения инноваций» пытается дать ответ на вопрос, почему некоторые инновации завоевывают популярность в обществе быстрее, чем другие, и какие источники информации являются наиболее значимыми в процессе распространения инноваций. Ученые пришли к выводу, что средства массовой коммуникации предоставляют обывателю общую информацию об инновации, но не могут повлиять на его решение непосредственно использовать эту инновацию. С другой стороны, именно межличностное общение и опыт «равных» (людей, занимающих тот же статус, или занимающихся той же деятельностью) может повлиять на решение по поводу использования инновации [9]. Роджерс выделяет пять стадий принятия решения по поводу инновации:

1. Знание (выборочная информация или нахождение в курсе новостей);
2. Отношение (положительное или отрицательное отношение относительно инноваций);
3. Принятие (решение): люди решают принять инновацию;
4. Реализация (использование на практике);
5. Подтверждение (сравнение и оценка).

Известная модель коммуникации Ласуэлла «адресант – сообщение – канал – адресат – эффект» соответствует стадиям распространения инноваций: адресантом может быть изобретатель или лидер общественного мнения, сообщение – новая идея или продукт, в качестве каналов выступает межличностная или массовая коммуникация, адресатами являются члены социальной системы и, наконец, эффект – это индивидуальное принятие инновации либо социальные изменения [7].

Роджерс вводит термин «инновативность», который подразумевает то, насколько быстро личность принимает новую идею относительно других членов социальной системы. В зависимости от этого, Роджерс выделяет пять типов личностей:

1. Новаторы (азартные)
2. Рано принимающие (уважаемые)
3. Раннее большинство (осмотрительные)
4. Позднее большинство (скептические)
5. Отстающие (консервативные)

В целом, теория распространения инноваций показала, что межличностные коммуникации играют более важную роль в принятии решений, чем средства массовой коммуникации. Таким образом, авторы теории пытаются опровергнуть мнение, что аудиторией и общественным мнением можно манипулировать.

В контексте исследования коммуникативного пространства важной является разработка Теда Купмена относительно всеобъемлющей коммуникативной среды. В своей статье «Toward a Pervasive Communication Environment Perspective», Купмен рассматривает традиционную дихотомию непосредственной (лицом к лицу) и опосредованной техническими средствами коммуникацией как отмирающую. Для этого, в первую

очередь, автор предлагает краткий обзор литературы по вопросу противостояния непосредственной и опосредованной коммуникации. Одно из исследований, описанных Купменом, освещает основные различия этих двух типов коммуникации. С одной стороны, при использовании опосредованной коммуникации требуется больше времени для выполнения конкретной задачи, чем при непосредственной коммуникации. Тем не менее, способность к генерированию идей в первом случае выше. Кроме того, опосредованная коммуникация становится менее формализованной из-за снижения нормативного и социального давления, что способствует раскрепощению и облегчению процесса коммуникации. В целом, результаты, полученные при использовании опосредованной коммуникации превосходили, результаты непосредственной коммуникации [3].

На смену обозначенной выше громоздкой дихотомии, автор статьи предлагает модель среды, пронизанной коммуникацией. Графическая модель такой среды отражает круговой поток информации и коммуникации между средствами массовой информации, каналами коммуникации и индивидами. (см. рис. 1)

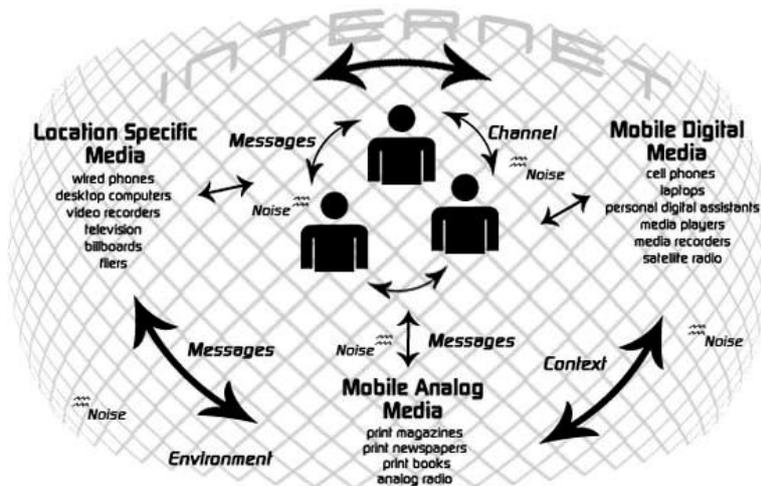


Рис. 1: Модель всеобъемлющей коммуникативной среды.

Такая модель состоит из двух колец, внешнего, которое включает взаимодействие статичных (домашний телефон, телевизор, настольный компьютер, биллборд), мобильных аналоговых (газеты, журналы, книги) и мобильных цифровых (мобильный телефон, ноутбук, спутниковое радио, плеер) средств коммуникации, внутреннего кольца, включающего межличностную непосредственную коммуникацию, а также «плавающие» элементы, как контекст, шум (как физическое или психологическое состояние, так и технические неполадки), обратную связь и др.

В данной статье мы обратили внимание на несколько направлений в развитии теории коммуникации, которые, к сожалению, практически не встречаются в отечественной литературе, в то время как в западной литературе они широко освещены. Для англоязычных терминов мы ввели следующие эквиваленты: Uncertainty Reduction theory – теория уменьшения неопределенности, Diffusion of Innovations theory – теория распространения инноваций, Uses and Gratifications theory – теория обретения пользы и удовлетворения.

Рассмотренные теории позволяют дать общее представление о развитии теории коммуникации на западе и основных направлениях изучения коммуникации. Особую ценность при исследовании коммуникативного пространства и существования в нем различных идей и образов представляют теории распространения инноваций и концепция всеобъемлющей коммуникативной среды.

Источники и литература:

1. Chandler D. Transmission Model of Communication : [Электронный ресурс] / D. Chandler. – Режим доступа : <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/trans.html>.
2. Communication Theory : [Электронный ресурс]. – Wikibooks, 2006. – 118 p. – Режим доступа : http://en.wikibooks.org/wiki/Communication_Theory.
3. Coopman T. M. Toward a Pervasive Communication Environment Perspective : [Электронный ресурс] / T. M. Coopman // First Monday. – 2009. – Vol. 14. – № 1. – Режим доступа : <http://www.uic.edu/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/viewArticle/2277/2069>
4. Hoem J. Openness in Communication : [Электронный ресурс] / J. Hoem // First Monday. – Vol. 11. – № 7. – Режим доступа : http://www.enablingchange.com.au/Summary_Diffusion_Theory.pdf
5. M. Rodrigo Alsina. Intercultural communication: context, field and practice : [Электронный ресурс] / M. Rodrigo Alsina // Studies in communication sciences. – 2003. – Vol. 3. – № 2. – P. 163-174. – Режим доступа : http://www.scoms.ch/current_issue/abstract.asp?id=151.
6. Miller K. Communication Theories: Perspectives, processes, and contexts / K. Miller. – N. Y. : McGraw-Hill, 2005.

7. Robinson L. A summary of Diffusion of Innovations : [Электронный ресурс] / L. Robinson. – 2009. – Режим доступа : http://www.enablingchange.com.au/Summary_Diffusion_Theory.pdf
8. Rossi Spring E. Uses & Gratifications / Dependency Theory : [Электронный ресурс] / Rossi Spring. – 2002. – Режим доступа : <http://zimmer.csufresno.edu/~johnca/spch100/7-4-uses.htm>
9. Surry Daniel W. Diffusion Theory and Instructional Technology : [Электронный ресурс] / Daniel W. Surry. – Режим доступа : <http://www2.gsu.edu/~wwwitr/docs/diffusion/>
10. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М., К. : Рефл-бук; Ваклер, 2001. – 656 с.
11. Шарков Ф. И. Коммуникология. Основы теории коммуникации / Ф. И. Шарков. – М. : Дашков и Ко, 2009 – 592 с.

Верещагина Н.В.

УДК 008

ХЕРСОНЕС – КИЕВ: ФОРМИРОВАНИЕ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ДУХОВНОЙ ТРАДИЦИИ

История киевской Церкви и киеворусской духовной культуры начинается с военно-политических и культуротворческих деяний великого киевского князя Владимира Святославича (980-1015). Точкой отсчета сакральной истории христианской Руси стал корсунский поход. Именно с похода на Корсунь, личного крещения, перенесения христианских реликвий, в т. ч. мощей Климента Римского в Киев и последовавшего после этого крещения киевлян начинается становление новой духовной культуры. Реликвии, принесенные Владимиром из Херсонеса, стали определяющим культурообразующим фактором древнекиевской субцивилизации.

Значение корсунского похода рассматривается, как правило, в контексте крещения восточнославянского этноса. Обычные аспекты освещения данной научной темы – выяснение подлинности сообщения летописной Корсунской легенды (КЛ) о крещении Владимира в Херсонесе Таврическом, уточнение деталей и обстоятельств этого и других событий. Однако значение корсунской акции выходит далеко за рамки церковно-религиозного события, поскольку речь идет о формировании киеворусской культуры в целом. Сужение проблематики исследования изначально задает определенную недооценку этого исторического события в становлении киевской духовной традиции, основу которой составляет идея единства.

По мнению В. Топорова, «единство может пониматься как указание того предела многообразия, когда еще остаются возможности синтеза элементов в некое целое. Сказанное относится и к идее преемства как единства многого (или иного и своего) во времени, как временного образа единства, и к идее святости, взятой в аспекте общей для всех ориентации на некий единый духовный образец, являющийся своего рода центром той жизни, которая строится как *imitatio Christi*» [1]. Это определение может быть принято с одним существенным уточнением. Киевская Русь как основа Славянско-Православной цивилизации была одновременно «макротнической общностью восточных славян Средневековья» и «северной субцивилизацией тогдашнего Византийско-Востонохристианского цивилизационного мира» [2]. Очевидно, без осознания восточным славянством равенства «своего» и «иного» процесс духовной интеграции превратился бы в насильственную колонизацию, исключая даже мысль о духовном единстве. При этом непрременной и основной составляющей единства должна быть идея равенства христианских народов перед Господом независимо от опыта их жизни во Христе.

Существует устойчивое мнение, что идея единства, как и другие составляющие древнерусской культуры, формируется в Киеве начиная с княжения сына крестителя Руси Ярослава Владимировича (1019-1051). Так, В. Топоров ограничивает этот период 40-ми гг. XI в. – началом XII в. и определяет его временем написания Слова о Законе и Благодати киевского митрополита Илариона (40-е гг.), Древнейшего летописного свода (60-70-е гг.) и Сказания о Борисе и Глебе (не ранее середины XI в.) [3]. Это утверждение представляется ошибочным. Оно умаляет культуротворческую роль крестителя Руси Владимира Святославовича и, соответственно, преувеличивает значение деятельности Ярослава Мудрого и его эпохи.

Если искать точку отсчета формирования идеи единства, то в круг источников необходимо ввести данные комплексного исследования письменных памятников, архитектуры, монументальной живописи, граффити и строительной техники Софийского собора в Киеве, которые позволяют утверждать, что храм был заложен в 1011 году, т. е. в эпоху княжения Владимира Святославича, а его строительство было завершено в 1018 году, во время княжения его сына Ярослава Мудрого [4].

Во всех звеньях декоративной системы Софии Киевской, возведенной как храм-мемориал крещения Руси, прослеживается последовательная глорификация христианизатора государства и его деяний. В посвящении алтарей собора и в его росписи нашли отражение княжеские культы, ставшие главными, государственными по инспирации Владимира Святославича. Это культы Михаила («князя ангелов»), Георгия («князя воинов»), Климента и Николая («князей Церкви»), императора Константина. По инициативе Владимира статус небесной заступницы Киева (как и Константинополя) был придан прежде всего Богородице, что засвидетельствовано в Слове митрополита Илариона [5]. Как убедительно показала Н. Никитенко, эта проповедь была оглашена Иларионом в 1022 г. на Кириопасху в Софийском соборе Киева [6].