

В. А. МИТЯГИНА
(Волгоград)

АКСИОМЫ КОММУНИКАЦИИ В АНАЛИЗЕ СОЦИАЛЬНЫХ ИНТЕРАКЦИЙ

Характеризуются возможности аксиом коммуникации, предложенных П. Вацлавиком, Д. Бивин и Д. Джексоном для проведения семейной психотерапии, в рассмотрении коммуникации как функциональной плоскости культурной семиосферы, а также предлагается новая формула изучения процесса вербального взаимодействия.

Ключевые слова: межличностная, социокультурная, этнокультурная коммуникация, менталитет, интеракция.

Использование принципов психологических концепций в анализе социальной коммуникации доказало свою эффективность в работах, посвященных анализу различных аспектов вербального взаимодействия в межличностных и глобальных интеракциях. Американские психологи П. Вацлавик, Д. Бивин и Д. Джексон в контексте предложенного ими в 1966 г. подхода к анализу межличностной коммуникации выдвинули ряд идей, которые по своей значимости вышли за рамки практикуемой ими семейной системной психотерапии. Редкое исследование по теории коммуникации последних десятилетий не интерпретирует положения данной концепции применительно к самым разным проблемам интерактивных процессов. В 2000 г. одновременно вышли сразу два перевода книги П. Вацлавика и его коллег на русский язык [2], которые предоставили отечественной коммуникативистике возможность широко использовать определенные учебными ракурсы анализа для исследований коммуникативных процессов в различных знаковых системах. Для изучения коммуникации как функциональной плоскости культурной семиосферы первостепенное значение имеет предложенное в рамках данной концепции понятие аксиом коммуникации.

Интерпретацию аксиом коммуникации применительно к социокультурным интеракциям необходимо предварить следующим замечанием: П. Вацлавик и его коллеги используют понятия «коммуникация» и «поведение» как синонимы, делая оговорку о том, что с точки зрения прагматики все поведение, а не только речь, является коммуникацией, а вся коммуникация – даже характеристики самого контекста – влияют на поведение (Там же). Применительно к изучению контекста как совокупности поведенческих проявлений личности данное понимание коммуникации вполне логично, но подобная интерпретация не вполне применима к анализу коммуникации как источнику социокультурных эманаций. В данной статье поведение принимается равным коммуникации только на уровне межличностных отношений. Итак, аксиомы коммуникации.

Аксиома 1. Не вступать в коммуникацию невозможно.

На уровне поведения индивида, который рассматривают американские исследователи, действие данного утверждения состоит, как минимум, в потребностях интерпретировать смысл поведения других и быть интерпретированным. Человек вынужден строить свое коммуникативное поведение в соответствии с определенной конвенцией интерпретации.

На уровне коммуникации как транслятора социокода эта аксиома функционирует также в плоскости, которую образуют та же «неотвратимость» коммуникации и та же универсальная значимость конвенциональной интерпретации знаков данного кода, а «доступ в систему» культурных кодов получает также только коммуницирующий субъект. Социализация возможна на основе усваиваемых и осваиваемых образцов поведения, принятых в данном сообществе. Достаточно логично выделяются стандарты и стереотипы коммуникации, которые являют собой характерные для определенной этно-, социо-, культурной общности шаблоны поведения – они разворачиваются с помощью вербальных и невербальных средств коммуникации [1]. Эти образцы поведения витальны по своей значимости для человека, потому что дают ключ к преодолению дихотомии «внутреннее представление – внешнее его проявление». При этом следует отметить то обстоятельство, что мы не вполне свободны в выборе средств коммуникации: поведение в большинстве случаев предсказуемо именно потому, что оформлено в образцах. Эту предсказуемость мы имеем в преде-

лах конкретной культуры, которую в данном контексте можно определить как комплекс когнитивных, вербальных, поведенческих правил и привычек, составляющих основу образцов. Правила и привычки обусловлены менталитетом и составляют горизонт мышления и поведения человека, задаваемый ему с детства на примере старшего поколения и социального окружения. Психологи говорят о когнитивном, аффективном и поведенческом компонентах этнической идентичности, признавая роль правил внешней обусловленности проявлений индивидуального. Таким образом, логична и вторая аксиома коммуникации, выражающая эксплицирующую сущность этого процесса.

Аксиома 2. Каждая коммуникация содержит содержательный аспект и аспект отношений, так что последний систематизирует первый и, следовательно, является метакоммуникацией.

П. Вацлавик и его коллеги обращают внимание на тот факт, что коммуницирующие субъекты (даже в комбинации «человек / машина») нуждаются в определенном указании на то, как поступать с получаемой в процессе взаимодействия информацией: адресат всегда ориентирован на то, какую «опцию» включает адресант, т.е. что он преследует с помощью отправляемого сообщения. Отметим, что при этом не имеет никакого значения то, какими средствами данное сообщение было оформлено – вербальными или невербальными, ведь и отказ от участия в коммуникации тоже выражает информацию. Другими словами, метакоммуникативным должно быть наше знание об отношении коммуниканта-отправителя к содержанию сообщения – его интерактивной интенции.

Вступающий в коммуникацию имеет определенные представления, знания о том, как поведет себя партнер, ожидания, мера которых обусловлена коммуникативными правилами, действующими в данной культуре. Метакоммуникативными будут именно границы, которые задают себе коммуниканты в соответствии с этими правилами. Коммуникативный акт должен подтвердить характер социального взаимодействия, который имеют партнеры в качестве обусловленной культурой программы. Особое значение имеет знание о рациональном и эмоциональном планах общения в заданном контексте, определяемых конвенциями как неписаными, но ясно осознаваемыми социализированной личностью нормативными типами и моделями речевого поведения [6]. Конвенции задаются социокультурной нормой, традицией, которая осуществляет селекцию, аккумуляцию и трансляцию жизненного опыта, причем соблюдение комплекса конвенций делает возможной жизнь общества как единого коммуникативного пространства. Установки, выражаемые формулами «так положено / так себя не ведут / так не разговаривают с...», как и множество аналогичных ограничителей, поистине метакоммуникативны: они обозначают «программу» коммуникации и ролевые «опции» ее актантов. Объяснить данное обстоятельство можно тем, что способность к метакоммуникации тесно связана с многочисленными проблемами осознания себя и других [2]. Третья аксиома коммуникации логично развивает данное содержательно-модальное требование.

Аксиома 3. Природа отношений зависит от пунктуации коммуникативных последовательностей между коммуникантами.

Коммуникация не ограничивается обменом информацией, она конституирует социальные отношения и социальные системы и, соответственно, весьма различные, дифференцированные роли, которые играют индивиды в данных системах и процессах. Большое значение имеет то, как «упорядочиваются» интеракции индивидов. Американские психологи очень смело, но логично рассматривают в одном контексте последовательности действий коммуникантов на двух абсолютно несовместимых примерах: на примере разногласий между супругами («избегание / придирки») и анализа гонки вооружений («вооружение как угроза миру / вооружение как стремление защититься»). Отметим, что данный иллюстративный подход представляется очень эвристичным, т.к. дает проекцию на обусловленность последовательности коммуникативных действий партнеров, находящихся в отношениях различной степени обоюдной зависимости. Коммуникация на уровне культурного целого определяет «пункты» – точки эманации культурных смыслов, которые составляют цельность данной системы. В связи с этим «упорядочивание последовательности событий» (Б. Уорф) создает то, что может быть обозначено как действие «стимул-реакции» на вертикально или горизонтально ориентированные социальные отношения в рамках данного культурного целого. Это измерение культуры является задан-

ным для вступающего в коммуникацию и, таким образом, и третья аксиома экстраполируется на коммуникативные отношения в рамках культуры. В данном случае проявляется системность интеракций в пределах и семьи (предмет исследования группы П. Вацлавика), и культуры.

Аксиома 4. Люди используют как цифровой, так и аналогический способ коммуникации. Цифровой язык обладает чрезвычайно сложным и мощным логическим синтаксисом, но испытывает недостаток адекватной семантики в области отношений, в то время как у аналогического языка есть семантика, но нет адекватного синтаксиса для недвусмысленного определения природы отношений.

Данное положение манифестирует взаимодействие вербального и невербального способов коммуникации и дополняет вторую аксиому тем, что закрепляет за цифровым способом содержательное наполнение коммуникации, а за аналогическим – выражение отношения и к партнеру по коммуникации, и к содержанию коммуникации. Безусловно, для анализа межличностной коммуникации данная дискретность имеет огромное значение, потому что именно во взаимодействии двух способов раскрывается единство формы и содержания: легко обмануть словами, но обмануть взглядом или жестом намного сложнее, а иногда просто невозможно. На уровне коммуникативного пространства культуры взаимодействие также имеет форму и содержание, и можно предположить, что у них разные способы экспликации, но их функционирование носит обязательный системный характер. Комбинирование цифрового и аналитического способов имеет место в самых разных плоскостях коммуникации, и семиотичность используемых подходов ориентирует исследования на изучение *знаков коммуникации как целостных феноменов*. Так, анализ бытовых поклонов определяет внутриязыковую типологию невербальных единиц [7], а изучение жестикуляции выявляет функциональные и семантические особенности ее иллюстрирующих возможностей [8]. Особое место в изучении совместимости способов коммуникации имеет анализ функций молчания – ведь слово вступает в интеракцию, когда ресурсы невербальных средств либо недостаточны, либо нуждаются в «прикрытии» [4].

Безусловно, наиболее ярко совмещение вербального и невербального в коммуникации видно в сопоставительных лингвокультурных исследованиях. Их и имплицитно, и эксплицитно выраженная практическая ориентированность нацелена именно на развитие оперативного параметра коммуникативной компетенции – ведь знание корректных, адекватных форм выражения программы интеракции имеет по-настоящему витальную значимость. Такой же важной с точки зрения успешности и эффективности является пятая аксиома, базирующаяся на разности ролевых структур.

Аксиома 5. Все коммуникационные обмены являются либо симметрическими, либо комплементарными в зависимости от того, основываются они на равенстве или на различиях.

Проблемы межличностной коммуникации в рамках семейной психотерапии как объект исследования вполне естественно стали для американских авторов отправным пунктом для анализа субъектной дифференциации интерактивных процессов. В их основе имеет место функционирование двух различных типов ролевых поведенческих структур: поведение партнеров по коммуникации 1) равноправно и равнозначно (поведение одного симметрично отражает поведение другого); 2) различно, взаимобусловлено (поведение одного партнера зависит от поведения другого).

Первый тип ролевой структуры, в терминологии П. Вацлавика, представляет собой симметрический, а второй – комплементарный тип коммуникативных отношений. Коммуникация конституирует отношения индивидов в пределах всех систем заданного социокультурного континуума, и при всем различии ожиданий – партнерских гипотез и обязанностей «исполнителей ролей» – имеет место ограничение коммуникативных действий партнеров типизированными представлениями о возможных интенциях. Типизированность достигается за счет того, что интересубъективный смысл является эффектом такого поведения коммуникантов, которое обусловлено рациональным и/или иррациональным знанием кода поведения в данной ситуации. Индивид «накапливает» репертуар исполняемых им ролей в пределах достигаемого социального статуса, и его «программа» определения равного / не равного партнера по интеракции зависит от культурного кода в целом. Статусно-ролевое измерение коммуникации стало одним из интегрирующих понятий, исследующих возможность рассмотреть как общие,

так и специфические характеристики поведения людей, говорящих на определенном языке и, следовательно, разделяющих систему оценочных норм определенного общества [5]. Экстраполяция данной аксиомы на коммуникацию как культурный феномен, таким образом, также и возможна, и необходима.

Проверка данной аксиомы в социокультурной и этнокультурной плоскостях показала облигаторный характер присутствия оппозиции «симметричность / комплементарность» в коммуникации, которая проявляется в специфике маркированности различий личностных параметров в лингвокультуре. В целом анализ пяти аксиом коммуникации инициировал формулировку новой аксиомы, вне которой интерпретация коммуникации как функциональной плоскости культуры невозможна [9].

Аксиома 6. Коммуникативные действия во всех интеракционных плоскостях детерминируются аксиомами сознания, которые составляют матрицу менталитета данного сообщества как комплексного этно- и социокультурного феномена.

Предлагаемую аксиому и аксиомы американских психологов разделяют несколько десятилетий, потому что она является «продуктом» эпохи глобализации и мультикультурности, обусловившей актуальность исследований феноменов социокультурной триады. Современное исследование сущностей коммуникативных процессов предполагает (на уровне как интегральных категорий коммуникации, так и ее проявлений в различных контекстах) актуальную с позиций социокультурного подхода комплексную установку, которой может служить данная аксиома.

Таким образом, аксиомы коммуникации, предложенные американскими психологами для анализа межличностных отношений, не теряют своей эвристичности, могут быть применены и в интерпретации коммуникации как функциональной плоскости культуры. Антропологичность современных исследований, первичность идей коммуникативной лингвистики обусловили априорность интересу субъективности в семиотике культурного пространства. Глобализация имеет бесспорные шансы в политике, экономике, но ее стандартизирующее, унифицирующее воздействие на культуру отдельного социума может вызвать «реакцию отторжения», которую не смогут нейтрализовать объективные успехи интеграционных процессов, поэтому исследования в координатах «личность – ментальность – коммуникация – культура» могут и должны содействовать определению и оптимизации путей развития социокультурных общностей в едином интеракционном континууме.

Литература

1. Богданов В. В. Речевое общение: прагматические и семантические аспекты. Л. : Изд-во ЛГУ, 1990.
2. Вацлавик П., Бивин Д., Джексон Д. Психология межличностных коммуникаций. СПб. : Речь, 2000.
3. Вацлавик П., Бивин Д., Джексон Д. Прагматика человеческих коммуникаций: изучение паттернов, патологий и парадоксов взаимодействия. М. : Апрель-Пресс, Изд-во ЭСМО-Пресс, 2000.
4. Инубуси Й. Феномен молчания как компонент коммуникативного поведения : дис. ... канд. филол. наук. М., 2002.
5. Карасик В. И. Язык социального статуса. М. : Гнозис, 2002.
6. Колтунова М. В. Конвенции как прагматический фактор диалогического общения // Вопр. языкознания. 2004. №6. С. 100–115.
7. Крейдлин Г. Е., Морозова Е. Б. Внутриязыковая типология невербальных единиц: бытовые поклоны // Вопр. языкознания. 2004. №4. С. 34–47.
8. Николаева Ю. В. Функциональные и семантические особенности иллюстративных жестов в устной речи (на материале русского языка) // Вопр. языкознания. 2004. №4. С. 48–67.
9. Митягина В. А. Социокультурные характеристики коммуникативного действия : моногр. Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2007.

Axioms of communication in the analysis of social interactions

There is characterized the potential of communication axioms suggested by P. Watzlawick, D. Bivin and J. Jackson for family psychotherapy, in consideration of communication as a functional area of cultural semiosphere, as well as suggested the new formula of investigation of the process of verbal interaction.

Key words: *interpersonal, sociocultural, ethnocultural communication, mentality, interaction.*