ЧАСТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ «СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ КОЛЛЕДЖ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»

ЛЕКЦИЯ 2. ТЕМА 2. КОММУНИКАТИВНАЯ ФУНКЦИЯ ОБЩЕНИЯ

1. Общение и его структура: место коммуникативной стороны

Общение в отечественной психологической традиции (Б. Г. Ананьев, А. А. Бодалев, Г. М. Андреева) рассматривается как сложный многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями совместной деятельности и включающий обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятие и понимание партнёра. В структуре общения выделяют три взаимосвязанные стороны: коммуникативную (обмен информацией), интерактивную (организация взаимодействия) и перцептивную (восприятие и понимание партнёра).

Коммуникативная сторона общения, или коммуникация, в узком смысле представляет собой обмен информацией между взаимодействующими субъектами. В широком смысле коммуникация понимается как социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации в условиях межличностного и массового общения по разным каналам при помощи вербальных и невербальных средств.

2. Общение как обмен информацией: специфика человеческой коммуникации

Обмен информацией между людьми не тождествен техническому процессу передачи сигналов. Г. М. Андреева выделяет ряд специфических особенностей межличностной коммуникации.

Во-первых, оба участника процесса являются активными субъектами: реципиент не пассивно принимает информацию, а интерпретирует её, декодируя знаки через призму собственного опыта, мотивов и установок. В процессе передачи информация не только транслируется, но и формируется, уточняется, развивается.

Во-вторых, человеческая коммуникация осуществляется при помощи знаковых систем: вербальной (устная и письменная речь) и невербальной (кинесика — жесты, мимика, пантомимика; паралингвистика и экстралингвистика — интонация, темп, громкость, паузы; проксемика — организация пространства и времени общения; визуальный контакт).

В-третьих, информационный поток может быть побудительным (приказ, убеждение, внушение) и констатирующим (сообщение); характер передачи информации определяется не только её содержанием, но и ориентацией коммуникатора на аудиторию.

В-четвёртых, коммуникация возможна лишь при наличии взаимной системы кодификации и декодификации: коммуникатор и реципиент должны обладать тождественным пониманием используемых знаков, что предполагает общность социального опыта участников общения.

В-пятых, в межличностной коммуникации возникают специфические коммуникативные барьеры, отсутствующие в технических системах.

Процесс коммуникации описывается классической моделью Г. Лассуэлла, включающей пять элементов: коммуникатор, сообщение, канал, аудитория и эффект. Сбой на любом этапе приводит к искажению информации. Существенную роль играет **обратная связь** — информация, которую реципиент возвращает коммуникатору и которая свидетельствует о степени понимания, принятия и эмоционального отношения к сообщению. Обратная связь превращает однонаправленную передачу информации в диалоговый процесс и служит основой её коррекции.

3. Коммуникативные барьеры

Коммуникативный барьер — психологическое препятствие на пути адекватной передачи и восприятия информации, вследствие которого смысл сообщения искажается или не достигает реципиента. Выделяют три классические группы барьеров.

Барьеры понимания:

• *фонетический* — невнятная быстрая или медленная речь, дефекты произношения, внешние помехи;

• *семантический* — различия в системах значений слов (профессиональный жаргон, сленг, многозначность лексики); стороны приписывают одним и тем же знакам разный смысл;

• *стилистический* — несоответствие стиля речи говорящего ситуативному контексту или стилю мышления слушателя;

• *логический* — сложность, непоследовательность или противоречивость логики изложения для партнёра, обусловленные различиями в системах аргументации.

Барьеры социально-культурного различия — социальные, политические, религиозные и профессиональные различия между участниками, порождающие разную интерпретацию сообщений и различия в картинах мира. По происхождению такие барьеры близки к семантическим, но имеют более широкий социокультурный характер.

Барьеры отношения — психологические препятствия, связанные с эмоциональным отношением реципиента к коммуникатору: недоверие, неприязнь, предубеждение. Информация от источника, к которому у слушателя сложилось негативное отношение, искажается или игнорируется независимо от её содержания.

В практической психологии общения дополнительно описываются внутриличностные барьеры: барьер отрицательных эмоций и настроений, барьер установки (предвзятая оценка партнёра до получения информации), барьер страха, стыда и низкой самооценки, эффекты первого впечатления и стереотипизации. Отдельную группу составляют технические барьеры — искажение или утрата информации вследствие «шумов» канала (помехи, нестабильная связь) и ошибок при выборе средства передачи сообщения.

4. Коммуникация и коммуникативные барьеры в цифровой среде

Цифровизация трансформировала коммуникативную среду, что потребовало расширения классических моделей барьеров. Современные исследования фиксируют ряд закономерностей.

Сужение невербального канала. При опосредованном письменном общении выпадает невербальный канал, через который в живом взаимодействии передаётся значительная часть информации об эмоциональном состоянии и личности партнёра; компенсаторную функцию частично выполняют эмодзи и графические средства, однако их интерпретация нормативно не закреплена: один и тот же знак может прочитываться как дружелюбие или как агрессия в зависимости от контекста и возраста участников.

Отсроченная обратная связь. В письменной цифровой коммуникации временной разрыв между сообщением и реакцией реципиента становится поведенческой нормой, что снижает возможности немедленной коррекции сообщения и затрудняет установление адекватности его восприятия. Отсутствие реакции (например, непрочтённое сообщение) реципиент не может однозначно интерпретировать: она может означать занятость, игнорирование или технический сбой.

Информационная перегрузка и трансформация восприятия. Рост объёма и фрагментированности информационных потоков рассматривается как фактор формирования «клипового» способа восприятия — ориентации на короткие, слабо связанные фрагменты данных, что снижает способность к глубокому осмыслению и линейному анализу сообщений.

Алгоритмическая селекция информации. Персонализация контента рекомендательными системами ограничивает информационное поле пользователя и создаёт эффект «информационного пузыря» (фильтрационной capsule); значительная часть пользователей недостаточно осознаёт принципы работы алгоритмов и их влияние

на картину мира, что усиливает барьеры социально-культурного различия при межгрупповом взаимодействии.

Анонимность и недостаточность выразительных средств. Относительная бедность средств выражения в сетевом общении затрудняет взаимопонимание и порождает компенсаторное образование собственных знаковых средств — интернет-сленга и аббревиатур, требующих от участников дополнительной общности кода.

Медиаграмотность как фактор преодоления барьеров. Современные исследования рассматривают медиаграмотность — способность находить, анализировать, критически оценивать и представлять информацию — как ключевую компетенцию, противостоящую барам цифровой среды: дезинформации, манипулятивным технологиям, феномену дипфейков. Эмпирические данные опросов фиксируют дефицит навыков верификации: систематическую проверку сведений через несколько независимых источников осуществляет лишь часть пользователей.

5. Технологии обратной связи в говорении и слушании

5.1. Понятие обратной связи. Обратная связь в общении — сообщения вербального и невербального характера, которые реципиент направляет коммуникатору и которые несут информацию о том, как принято, понято и оценено его сообщение. Различают оценочную обратную связь (содержит суждение о партнёре или его поведении) и безоценочную (описывает поведение, чувства и реакции без прямых оценок). Функциями обратной связи являются коррекция передаваемой информации, регуляция взаимодействия и поддержание контакта.

5.2. Обратная связь со стороны говорящего. Эффективность сообщения определяется степенью его адаптации к партнёру:

- структурирование сообщения: выделение главной мысли, логическая последовательность изложения, дозирование объёма информации;
- верификация понимания: адресные вопросы к слушателю, запрос подтверждения, переформулирование ключевых положений;
- использование «Я-сообщений» — указание на собственные чувства и восприятие вместо оценочных характеристик партнёра, что снижает вероятность включения барьера отношения;
- учёт невербальных реакций слушателя как канала обратной связи, сигнализирующего о необходимости изменения формы или темпа подачи информации.

5.3. Обратная связь со стороны слушающего: рефлексивное слушание. В психологии общения противопоставляются нерефлексивное слушание (минимальное словесное вмешательство в речь говорящего, уместное при высокой заинтересованности и ясности сообщения) и рефлексивное (активное) слушание, предполагающее специальную вербализацию обратной связи. Активное слушание как технология разработано в клиент-центрированной психологии К. Роджерса и включает:

- *выяснение* — обращение к говорящему за уточнениями с целью раскрытия смысла сообщения;
- *парафраз* — передача содержания сообщения говорящего своими словами; техника направлена на проверку точности понимания;
- *отражение чувств* — вербализация эмоционального состояния говорящего, наблюдаемого по его невербальному поведению;
- *резюмирование* — подытоживание идей и чувств говорящего, применяемое при длительных беседах и подведении итогов.

Рефлексивное слушание направлено на преодоление семантического и логического барьеров, поскольку проверка понимания осуществляется непосредственно в ходе коммуникации.

5.4. Эмпирические исследования обратной связи. Современная экспериментальная психология рассматривает обратную связь не как универсально полезное воздействие, а как процесс с измеримыми эффектами, зависящими от ряда условий. Метааналитическое исследование Дж. Клугера и А. ДеНизи (1996), обобщившее данные более 600 исследований, показало: обратная связь как интервенция оказывает позитивное влияние на результативность в среднем в двух третях случаев, однако примерно в трети случаев эффект оказывается негативным; направление и величина эффекта зависят от содержания сообщения, воспринимаемого источника и характеристик реципиента. Теоретико-эмпирическим основанием здесь выступает теория контроля (control theory) К. Карвера и М. Шейера, согласно которой обратная связь является механизмом, позволяющим соотнести текущее состояние с целевым и сократить выявленное расхождение.

В организационной психологии систематические обзоры двадцатипятилетнего периода исследований показывают, что понятие обратной связи определяется в литературе неоднородно, а её действие опосредовано по меньшей мере четырьмя группами переменных: поведением дающего, содержанием сообщения, убеждениями и восприятием получателя, контекстом взаимодействия. Выделяются самостоятельные исследовательские направления: поведение поиска обратной связи (feedback-seeking behavior), её валентность (позитивная и негативная), культура обратной связи, в которой существуют отношения между участниками. Эмпирические данные свидетельствуют, что взаимосвязь позитивной обратной связи руководителя и результативности сотрудников опосредуется культурой поиска обратной связи в организации.

5.5. Правила конструктивной обратной связи. В психологической литературе по деловому общению сформулированы требования к эффективной обратной связи: она должна быть конкретной и поведенчески ориентированной (описывать действия, а не личность партнёра), своевременной, относиться к тому, что может быть изменено, и подаваться в форме, учитывающей возможности адресата. Оценочная обратная связь эффективна лишь в том случае, если её цель — помощь получающему информацию, а не демонстрация позиции дающего.

Коммуникативная функция общения реализуется как обмен информацией, обладающий спецификой, принципиально отличающей его от технической передачи данных: двусторонняя активность участников, знаковый характер процесса, необходимость общей системы кодификации—декодификации и включённость обратной связи. Достижение взаимопонимания ограничивается системой коммуникативных барьеров — барьеров понимания, социально-культурного различия и барьеров отношения, — которые в цифровой среде дополняются техническими барьерами, эффектом отсроченной обратной связи, сужением невербального канала и алгоритмической селекцией информации. Технологии обратной связи (адаптация сообщения говорящим, рефлексивное слушание, соблюдение правил конструктивной обратной связи) представляют собой основной инструмент преодоления этих барьеров; современные эмпирические исследования уточняют, что эффективность обратной связи не универсальна и детерминирована содержанием сообщения, характеристиками участников и контекстом взаимодействия, а устойчивость к барьерам цифровой среды обеспечивается развитием медиаграмотности.