

УДК 159.9

**РАЗВИТИЕ И ОБРАЗОВАНИЕ ЛИЧНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ
КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ:
ПРОБЛЕМА МЕТОДОЛОГИИ**

И.М. Кыштымова

Иркутский государственный университет

Аннотация. Анализируются актуальные проблемы формирования методологических оснований исследований в области психологии коммуникаций. Осуществлен обзор научных парадигм, в рамках которых проводятся продуктивные исследования коммуникационных процессов и которые могут являться основанием для изучения механизмов развития образования в новой коммуникативной реальности.

Ключевые слова: коммуникация, дискурсивный, системно-эволюционный, культурно-исторический подходы, психосемиотика.

**DEVELOPMENT AND EDUCATION OF THE INDIVIDUAL IN THE MOD-
ERN COMMUNICATIVE SPACE: THE PROBLEM OF METHODOLOGY**

I. M. Kyshtymova

Irkutsk State University

Abstract: the current problems of formation of methodological bases of research in the field of communication psychology are analyzed in this article. We have selected some scientific paradigms in which the productive study of the communication processes are held and which can be used as a basis for studying the mechanisms of development education in the new communicative reality.

Keywords: communication, discursive, systemic-evolutionary & cultural-historical approaches, psychosemiotics

Понимание процессов развития и образования человека предполагает анализ развивающего пространства, которое является пространством коммуникативным: посредством коммуникаций, взаимодействия с окружающими человека живыми и неживыми объектами, обмена смыслами – происходит становление личности.

Сложность изучения проблемы развития в ее обусловленности коммуникациями связана, во-первых, с множественностью научных психологических парадигм, в рамках которых формируются теоретические модели и алгоритмы исследований развития и образования. Во-вторых, сегодня складывается уникальная ситуация: изменение характеристик развивающего пространства настолько динамично, что его целостный научный анализ стано-

вится труднодостижимым, исследования фрагментарно отражают лишь некоторые системные страты. Сходная ситуация в психологии образования: реализуются алгоритмы, сформированные на основании исследования процессов образования в принципиально ином коммуникативном пространстве, когда удельный вес опосредованных новыми техническими каналами форм коммуникаций был значительно меньше. В-третьих, в психологии не сформировалось характерного для «нормальной науки» (Т.Кун) метатеоретических положений, при опоре на которые исследование процессов развития и образования могло бы быть продуктивным безотносительно к опосредующим эти процессы компонентам и вне зависимости от характеристик дискурса, темпов трансформации развивающей и образовательной сред.

Основной вектор активного изменения коммуникативного пространства связан, прежде всего, с активностью принципиально нового его компонента – киберпространства, а также с увеличением удельного веса массовых коммуникаций в общей «массе» структурных компонентов коммуникативного пространства. Поиски адекватных предмету исследовательских алгоритмов, методологическое определение исследователя обуславливают важность анализа научных парадигм, ценности которых являются основанием исследований коммуникационных процессов.

Осуществив анализ направлений изучения проблем киберпсихологии, А.Е.Войскунский аргументировал тезис о перспективности культурно – исторической психологии, психосемантики и позитивной психологии как парадигмальных матриц исследования киберпространства [1, с.369].

Продуктивность понимания современных коммуникационных процессов, прежде всего, массовых и Интернет-коммуникаций, их взаимосвязи с развитием личности, на наш взгляд, связана сегодня с активно развивающимися дискурсивной психологией и психосемиотикой. Особое положение занимает системно – эволюционный подход, который может явиться метаметодологическим основанием исследования проблемы коммуникаций.

В исследованиях массовых коммуникаций остаются актуальными первые модели анализа, предложенные Г. Тардом в основанном им субъективно-психологическом направлении социологии, а также Г. Лебоном, З. Фрейдом и С. Московичи. Они не включали строгих исследовательских алгоритмов, т.е. в этих работах, составляющих и сегодня фундамент научных подходов к анализу массовых коммуникаций, исследовательский компонент редуцирован к анализу наблюдаемых процессов. Модели эмпирической верификации суждений о содержании, структуре, внешних и внутренних взаимосвязях коммуникационных процессов и явлений, специфике их детерминации и причинно-следственные связи не обоснованы и не разработаны. Таким образом, можно говорить об относительности соответствия психологического знания о массовых коммуникациях критерию истинности не только в контексте общих положений постклассической рациональности об опровергаемости научного знания, но и с точки зрения необходимости соответствия реализуемых исследовательских алгоритмов общенаучным ценностям.

Методологический плюрализм в психологии отражает сложность и множественность понимания объекта психологических исследований и неизбежен в условиях доминирования опосредованных методов научного познания. С другой стороны, полипарадигмальность психологии порождает проблему методологического эклектизма («наплюрализма» - В.П.Зинченко), и, как следствие, непродуктивность практик, основанных на психологическом знании. Важность методологической рефлексии исследователя маркируется в последние годы в контексте осмысления причин и следствий кризиса психологической науки [5].

Реализация принципов внутридисциплинарного исследования применительно к массовым коммуникациям затруднена сложностью исследуемого феномена. Согласно принципу несовместимости Лотфи Заде, высокая точность описания несовместима с большой сложностью системы, сложность системы и точность, с которой можно ее анализировать, обратно пропорциональны.

В рамках психологических теорий, получивших продуктивное развитие в отечественной психологии, массовые коммуникации не рассматривались как объект психологических исследований. При этом объяснительные принципы культурно-исторической психологии могут являться основанием для теоретического анализа и построения алгоритмов эмпирического исследования коммуникационных процессов. Постановка Л.С.Выготским в центр исследования знака, надделение его функцией основного звена, опосредующего психическое развитие и функционирование человека, обуславливает актуальность культурно – исторической парадигмы для разработки методов научного исследования массовых коммуникаций, определения критериев их эффективности. В условиях современности, когда виртуализация жизненного пространства человека усиливается и знаковость становится знаком времени, определяя его характеристики и вектор развития, идеи Л.С. Выготского об определяющей функции знака в психологических процессах приобретают все большую актуальность. В работах американского психолога Майкла Коула положения культурно – исторической психологии получают развитие, связанное, в частности, с расширением типов опосредующих психическое функционирование и развитие человека знаков, в число которых он включает артефакты. Не только слово или символ, по М.Коулу, но всякий культурный артефакт участвует в процессе формирования психических структур, определяя их специфику [2]. Культурно обусловленные, связанные с опосредованием коммуникации артефактами психические образования обладают устойчивостью и в процессах моделирования манипуляционных массовых коммуникаций не перестраиваются, а подлежат контекстуальной переинтерпретации. Реализацию таких механизмов мы можем наблюдать сегодня в пропагандистских messages, транслируемых средствами массовой информации.

Массовые коммуникации традиционно рассматривались как отношения «толпы» (позднее – «публики») и вождя. Трансформация человека в толпе: ее условия, формы и признаки, а также техники управления массой в процессе

организованных коммуникаций составляют основной предмет изучения психологии масс. При этом важно понимать, что характер массовой коммуникации сегодня принципиально изменился, появлением социальных сетей обозначен новый этап коммуникационного процесса, для которого характерна тенденция к возврату (новому обретению) индивидуальности коммуникатора, превращение объекта влияния в его субъекта.

Масса традиционно понимается как «социальное животное, сорвавшееся с цепи» (С.Московичи), человек массы утрачивает индивидуальные черты, становится более примитивным, интеллектуально ограниченным и управляемым.

В условиях появления нового типа массовой коммуникации в пространстве Интернета характеристики коммуникатора меняются. Возможность общаться в социальных сетях и на форумах, комментировать информацию на новостных и иных сайтах, а также создавать свои информационные ресурсы создают такой тип массовой коммуникации, который обладает некоторыми свойствами межличностного общения. В отличие от абсолютно управляемой коммуникации посредством печати, радио и телевидения, в которой масса является объектом воздействия, коммуникация в интернет-пространстве предполагает возможность реализации субъектной позиции, а также культурной идентификации коммуникатора. Ранее лишь молчаливый потребитель информации, человек массы получает в этих условиях возможность голоса.

Новая коммуникационная реальность актуализирует иные востребованные и определяющие успешность коммуникации черты человека массы: сознательность, интеллектуальная активность и диалогичность. Самость человека в толпе иллюзорна. Но самость человека, являющегося частью массы в условиях Интернет-коммуникации, реальна. Вернее, она может стать реальностью – такая форма коммуникации дает возможность услышания: суждение может быть высказано, понято и принято. Есть возможность дискуссии и, следовательно, сила интеллекта и обусловленная ею убедительность аргументации становятся фактором, обуславливающим успешность коммуникационных процессов. В условиях новых форм массовых коммуникаций трансформируется традиционная роль вождя, функции которого распределяются, причем распределение является неустойчивым, а у массы интернет-сообществ есть возможность выбора и делегирования функций условного «вождя» выбранному претенденту.

С. Московичи, обозначая характеристики массы, которые следует учитывать при создании коммуникационных моделей, отмечал: «Растворившиеся в массе индивиды утрачивают свои личные интересы» [4, с.35]. Сегодня можно говорить об иной ситуации: в условиях реальной массивизации происходит виртуальная индивидуализация. Не имея возможности для реального самовыражения, человек реализует потребность в самоактуализации и в общении, находясь в виртуальном пространстве Интернета. Выражена субъектность позиции пользователя Интернета, который вынужден делать самостоя-

тельный выбор, определяя комфортные для себя содержательно-смысловые коммуникационные дискурсы.

Появление дискурсивной психологии и использование ее положений как методологической основы исследования массовых коммуникаций отразило потребность в принципиально новом подходе к исследованию психических процессов в складывающейся коммуникативной реальности. Дискурсивная психология исходит из положения о языковой и коммуникационной природе психических процессов. Дискурс как «речь, погруженная в жизнь» или контекстуально обусловленное употребление языка одновременно проявляет интенции говорящего и создает их. Анализ коллективных дискурсов, которые выбирает коммуникатор, а также особенности его речевой (психической) реализации в них представляются продуктивным предметом исследования проблем развития и образования в новой коммуникативной реальности. Возможность построения алгоритмов анализа дискурса как предмета исследования психологии коммуникаций обусловлена фундаментальными основаниями – положениями М. Бахтина о диалогичности сознания, Л.С. Выготского о знаковой опосредованности психики, а также психосемиотики об определяющей смысле роли формы системно организованного текста.

Дискурс задает языковое поведение (а, следовательно, любое поведение). Его ситуативность формируется институционально. Это важное положение, без понимания которого психолог будет повторять старую ошибку, делая обобщение на основе анализа фрагмента реальности, отличающегося от иных фрагментов и не учитывающего эти отличия. Дискурсивное поведение задается институциональными характеристиками выбранного субъектом коммуникативного контекста. Один и тот же человек, подчиняясь требованиям дискурса, говорит на разных «языках» в зависимости от естественно формирующихся норм коммуникативных контекстов.

Анализ форм речевого поведения, реализующихся на форумах, позволяет рассматривать форумное пространство как институциональное, строго регулируемое внутренними, формирующимися в процессе коммуникации нормами. Внешняя нормативность, определяемая правилами, за которыми следят модераторы, как правило, носит общий этико-правовой характер и выполняет регулятивную функцию по отношению к поведению участников коммуникации лишь формально. А вот жесткость внутренних установок, смысловых доминант, в рамках которых происходит принятие или непринятие участников коммуникации, определяет четкость смысловых границ и, как следствие, речевого поведения коммуницирующих. Задача психологического анализа – понимание механизмов формирования дискурсов, их детерминант и способов трансформации.

В условиях распространения новых форм коммуникаций важно учитывать возможность свободного выбора коммуникантом коммуникативного контекста. Дискурсивный подход к анализу массовых коммуникаций необходимо учитывает возможность выбора дискурса, причем этот выбор можно

рассматривать как диагностический маркер. В социальных сетях конструируются дискурсы, в рамках которых допустима трансляция значимых для субъекта смыслов. Разнообразии контекстов, сосуществующих в Интернет-пространстве обуславливает необходимость идентификации в тех дискурсах, которые конгениальны личностным смыслам человека. Контексты дифференцированы и по признаку степени свободы – обращенности к человеку толпы или человеку мыслящему (человеку сети). Конструирование институциональных дискурсов, обращенных к человеку толпы, продолжается и характеризуется активностью. Там реализуются механизмы управления массой, разработанные в прошлом веке – эмоционализация, экзальтация, минимизация интеллигентности, апелляция к бессознательным инстинктам и архетипам, ритмизованность и повторы. Возможное существование в таком дискурсе, однако, в условиях интернет-коммуникаций – выбор самого коммуникатора, а не навязанная ему безальтернативная необходимость.

Дискурсы создают мир, который выглядит реальным или истинным для говорящего субъекта. Опосредованность виртуального общения в интернете моделируемым в сознании образом собеседника не отражает специфику интернет – коммуникации, потому что и в ситуации реального общения отношение к собеседнику опосредовано его образом, таким образом, дискутировать можно лишь о степени опосредованности.

Представляется эвристичной гипотеза Тойн Ван Дейка о соответствии структур дискурса когнитивным структурам мышления, которое обуславливает «узнавание» индивидом дискурсных структур, а также последовательное вовлечение его в системы разделяемых и трансформируемых смыслов [6]. Исследование коммуникационных дискурсов продуктивно, если учесть, что дискурс «говорит» субъектом, а его структуры глубоко интегрированы в когнитивные структуры мышления.

Системно-эволюционный подход как метаметодология психологии и методологическое основание исследований коммуникаций и процессов развития в современном коммуникационном пространстве разрабатывается И.О. Александровым и Н.Е. Максимовой. Авторы опираются на концептуализированное в работах А.Я. Пономарева представление о взаимодействии, в частности, общепсихологический принцип взаимодействия\развития: всякое психологическое взаимодействие влечет за собой развитие и развитие невозможно без взаимодействия. Исходным является положение постклассической рациональности о том, что взаимодействие ведет к появлению новообразований. Информационное взаимодействие человека с миром (другим человеком, книгой, музыкальным или художественным текстом, фильмом, рекламным текстом и другими возможными источниками информации) всегда выполняет функцию развития. Вовлечение психики в процесс получения и обработки информации не может не приводить к психологическому изменению субъекта. Текст понимается как носитель информационной модели взаимодействия.

При этом психологическое взаимодействие представляет собой процесс, результатом которого закономерно является некое изменение – про-

дукт. Важно понимать, что продукты «образуются и фиксируются как на «полюсе субъекта», так и на «полюсе объекта» [3]. Однонаправленная коммуникация, приводящая к трансформации только объекта (получателя) невозможна. Согласно Я.А. Пономареву, «полюс субъекта» образуют информационные модели, зафиксированные в нервной ткани мозга, а «полюс объекта» взаимодействия рассматривается как предметная и социальная среда.

Компонентами психологического взаимодействия, таким образом, являются «полюс субъекта» и «полюс объекта». Субъектом взаимодействия является человек. Объект обозначается понятиями «мир», «культура», «социум», которые сегодня «не онтологизированы и не имеют определенного психологического содержания» [3, с.162]. Объектом взаимодействия являются и «значимые другие». При этом по Б.Ф. Ломову, «разделение взаимодействий на «субъект-объектные» и «субъект-субъектные» необходимо ведет к трудностям в исследовании» [3, с. 162]. Нивелирование субъект-объектности как дифференциального признака коммуникации (в отличие от субъект – субъектности общения) дает основания использовать концептуальные объяснения взаимодействия применительно к анализу коммуникации.

Обосновывая возможность операционализации компонентов взаимодействия, И.О. Александров использует понятие «институализированной предметной области», в состав которой входят «не только объекты, артефакты, отношения между ними, кодифицированные и имплицитные правила их производства, воспроизводства и использования, но и определенная социальная общность, члены которой, являясь носителями специфических ценностей, норм поведения и взаимоотношений, ролей и статусов, образуют институализированное сообщество». Каждый коммуникатор является частью некоего институализированного сообщества. Институализированная предметная область представляет собой, таким образом, культурную среду и характеризуется особыми структурными признаками.

Каждый человек как член институализированных сообществ является носителем «специфического подмножества моделей такой наиндивидуальной психологической структуры, в соответствии с его ролью, статусом, уровнем компетенции». В процессе взаимодействия с разными институализированными областями человек становится носителем некоего специфического «множества индивидуальных психологических структур, каждая из которых обладает общностью с соответствующей наиндивидуальной психологической структурой» [3]. Информационная модель актуализируется в сознании и поведении члена сообщества, обуславливая совокупность его «готовностей» к актам мышления, оценок и поступков.

Важным представляется положение о гомоморфном отношении моделей психологических взаимодействий (фиксированных в институализированной предметной области) и информационных психологических моделей (фиксированных в группах специализированных нейронов). Системная, неслучайная, характеризующаяся структурным подобием взаимосвязь принимаемой в процессе коммуникации (как взаимодействия) информации и сформирован-

ной готовности к определенным типам реагирования, таким образом, получает фундаментальное психологическое объяснение. Системно-эволюционные представления о компонентах взаимодействия дают основания для дальнейшей операционализации понятий «среда» и «культура» и, следовательно, их предметного психологического исследования в коммуникационном контексте «на основании применения измерительных процедур к продуктам взаимодействий, зафиксированных в ИПО» [6, с.164].

Выбор методологической основы исследований коммуникаций определяется включенностью связанных с ним базовых понятий в структуру исходных парадигмальных матриц. Коммуникационные процессы являются информационными, осуществляются посредством знаков, транслируемые смыслы конституируются в зависимости от типа используемых знаковых систем и характера внутрисистемного и межсистемного сочетания знаков. В научной психологии понятие знака является центральным в семиотической парадигме (психосемиотике) и культурно-исторической психологии.

Основанием семиотического подхода в психологии можно считать труды Г.Г.Шпета, в частности, его суждение об определяющей роли синтаксиса – комбинации знаков в порождаемом тексте (знаковой системе, образе), их дизайне как характеристике внутренней формы. Отдельный знак, по Шпету, смысла не имеет и не выполняет в полной мере «сигнификативной функции». При этом отмечается нераздельность, единство структуры внешней и внутренней формы, их взаимозависимость и взаимоопределение: как знаковая система транслирует и при этом определяет смысл, так «ясна обусловленность синтаксической формы смыслом» [7, с.115]. Отдельные элементы, конституирующие сообщение, не несут смысловой нагрузки, о ней можно говорить только в условиях системной, синтаксически целостной комбинации знаков. Из анализа внутренней формы следует первичность синтаксической организации текста, а также ее системообразующая роль в процессах восприятия и оценки информации. Особенности презентации, оформления транслируемого содержания определяют их характер психологического преобразования коммуникатора в процессе взаимодействия.

Интеграция положений дискурсивной, культурно-исторической психологии и психосемиотики представляется продуктивной как методологическое основание исследований процессов развития и образования в новой коммуникационной реальности. Роль метатеории при этом может выполнять разрабатываемая И.О. Александровым с коллегами версия системно – эволюционного подхода.

Литература

1. Войскунский, А.Е. Психология и Интернет / А.Е.Войскунский – М.: Акрополь, 2010.
2. Коул М. Культурно-историческая психология / М.Коул. – М.: Когито – Центр, 1997.

3. Максимова, Н.Е., Александров И.О. Компоненты психологического взаимодействия и возможность их операционализации / Человек, субъект, личность в современной психологии. – Материалы конференции, посвященной А.В.Брушлинскому. Т.3. – М.: ИП РАН, 2013. – С. 161-164.
4. Московичи, С. Век толп. Исторический трактат по психологии масс / С.Московичи. – М.: Академический проект, 2011.
5. Прогресс психологии: критерии и признаки \ под ред.А.Л.Журавлева, Т.Д.Марциновской, А.В.Юревича. – М.: Институт Психологии РАН, 2009
6. Тен ванн Дейк. Дискурс и власть. Репрезентация доминирования в языке и коммуникации / Тен ванн Дейк. – М.: ЛИБРОКОМ, 2014.
7. Шпет, Г.Г. Психология социального бытия. \ Г.Г.Шпет. – М.: Изд-во «Институт практической психологии», Воронеж: НПО «МОДЭК», 1996.