

РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАУК
ИНСТИТУТ ПСИХОЛОГИИ

ПСИХОЛОГИЯ ДИСКУРСА

ПРОБЛЕМЫ ДЕТЕРМИНАЦИИ, ВОЗДЕЙСТВИЯ, БЕЗОПАСНОСТИ

Под редакцией

А. Л. Журавлева, Н. Д. Павловой, И. А. Зачесовой



Издательство
«Институт психологии РАН»
Москва – 2016

УДК 159.9

ББК 88

П 86

Все права защищены.

*Любое использование материалов данной книги полностью
или частично без разрешения правообладателя запрещается*

Редакционная коллегия:

*А. Н. Воронин, Т. А. Гребенщикова, А. Л. Журавлев (отв. ред.), И. А. Зачесова
(отв. ред.), Т. А. Кубрак, В. В. Латынов, Н. Д. Павлова (отв. ред.)*

П 86 Психология дискурса: проблемы детерминации, воздействия, безопасности / Под ред. А. Л. Журавлева, Н. Д. Павловой, И. А. Зачесовой. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2016. – 315 с. (Труды Института психологии РАН)

ISBN 978-5-9270-0322-4

УДК 159.9

ББК 88

Сборник научных трудов продолжает цикл публикаций по проблемам психологии дискурса и психологическому воздействию. Статьи посвящены как общим вопросам организации дискурса, так и его специальным видам, выработанным в повседневной жизни, науке, профессиональной деятельности. Они освещают актуальные вопросы дискурсивного и других видов воздействия. Специальное внимание уделяется факторам информационно-психологической безопасности жизнедеятельности человека в разных сферах современного общества.

Государственное задание ФАНО РФ № 0159-2016-0009

© ФГБУН Институт психологии РАН, 2016

ISBN 978-5-9270-0322-4

СОДЕРЖАНИЕ

<i>А. Л. Журавлев, Н. Д. Павлова, И. А. Зачесова. О дискурсе, дискурсивном воздействии и информационно-психологической безопасности (Вместо предисловия)</i>	<i>5</i>
--	----------

Раздел 1

ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ ДЕТЕРМИНАЦИИ ДИСКУРСА

<i>Н. Д. Павлова, И. А. Зачесова, Т. А. Гребенщикова. Понимание собеседника в процессе диалога</i>	<i>13</i>
<i>И. А. Зачесова, Т. А. Гребенщикова, Т. А. Кубрак. Интенциональная организация дискурса повседневного общения незнакомых людей</i>	<i>27</i>
<i>А. Н. Воронин. Психодиагностика дискурсивных способностей: опыт разработки методических средств.</i>	<i>50</i>
<i>А. Н. Воронин, Н. Б. Горюнова. Роль дискурсивных способностей в овладении иностранным языком</i>	<i>72</i>
<i>А. С. Сергеева, Б. А. Кириллов, Е. Ю. Воронина. Комментарий как форма дискурса профессионального виртуального сообщества (на примере IT)</i>	<i>84</i>
<i>В. А. Афиногенова, Н. Д. Павлова. Интенциональные категории повседневного дискурса в студенческой среде</i>	<i>102</i>

Раздел 2

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ЭФФЕКТЫ ДИСКУРСИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

<i>Л. В. Матвеева. Субъект в информационной коммуникации: закономерности психологического воздействия СМИ</i>	<i>131</i>
<i>В. В. Латынов. Пол как фактор эффективности дискурсивного воздействия</i>	<i>143</i>

<i>К. И. Алексеев. Воздействие метафоры в научном психологическом дискурсе</i>	162
<i>В. В. Латынов. Эффекты и закономерности подпорогового воздействия (анализ литературных источников)</i>	172
<i>А. М. Борисова, М. И. Воловикова. Психологическое воздействие государственного праздника на личность</i>	185

Раздел 3
ДИСКУРС И ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ
БЕЗОПАСНОСТЬ

<i>Т. А. Гребенщикова, Н. Д. Павлова, В. А. Афиногенова. Модификация интенционального пространства в постсобытийном интернет-дискурсе</i>	201
<i>Т. А. Кубрак. Информационно-психологическая безопасность в кинодискурсе: состояние проблемы</i>	220
<i>Л. В. Матвеева, А. Г. Макалатия, Т. Я. Аникеева, Ю. В. Мочалова, О. И. Маховская, Е. Е. Петракова. Воздействие компьютерных игр на детей и подростков в аспекте информационно-психологической безопасности</i>	242
<i>Е. Г. Басалаева, М. А. Лаппо. Конфликтный дискурс в коммуникативном пространстве (на материале Новосибирской области)</i>	268
<i>В. А. Цепцов, В. В. Цулина. Влияние силовой диспозиции на когнитивные и дискурсивные компоненты взаимодействия в процессе экстремальных переговоров</i>	285
<i>Аннотации</i>	298

О ДИСКУРСЕ, ДИСКУРСИВНОМ ВОЗДЕЙСТВИИ И ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ (ВМЕСТО ПРЕДИСЛОВИЯ)

А. Л. Журавлев, Н. Д. Павлова, И. А. Зачесова

Настоящий сборник продолжает научную тематику, представленную в серии изданий: «Психологические исследования дискурса» (М., 2002), «Проблемы психологии дискурса» (М., 2005), «Ситуационная и личностная детерминация дискурса» (М., 2007), «Дискурс в современном мире» (М., 2011). Вместе с тем, обращаясь к вопросам дискурсивного воздействия, авторы сборника развивают научное направление разноаспектных исследований воздействия, которое отражено в книгах «Психологическое воздействие: механизмы, стратегии, возможности противодействия» (М., 2012) и «Психологическое воздействие в межличностной и массовой коммуникации» (М., 2014). За период, прошедший с момента выхода в свет этих изданий, актуальность исследований в обозначенной области психологии не только не снизилась, но, пожалуй, даже усилилась.

В современном мире оптимизация деятельности и общения фактически в любой сфере общественной практики предполагает понимание психологических закономерностей организации дискурса и целесообразное использование его позитивного преобразующего потенциала. Данные, характеризующие виды дискурса, принципы и закономерности оказываемого им психологического воздействия, приобретают особую значимость в связи с усилением роли коммуникации, растущим влиянием, которое дискурс оказывает на жизнь человека, социальных групп и общества в целом. Слово все чаще становится делом, поступком, особенно воплощаясь в дискурсе, оснащенном средствами массового распространения. Важным направлением исследований становится изучение реального многообразия дискурсивной практики, психосоциальных факторов, влияющих на организацию дискурса и обуславливающих его воздействие в раз-

ных условиях и социальных контекстах. Анализ интенциональных оснований дискурса, выраженных в нем социально-психологических, когнитивных, культурно-символических составляющих человеческой деятельности, целенаправленного и непреднамеренного дискурсивного воздействия служит формированию психологической модели дискурса, развитию представлений о речи как инструменте социального поведения субъекта. Большой интерес представляют методические и научно-практические аспекты темы: методы дискурс-анализа, диагностика дискурсивных способностей, вопросы организации эффективного дискурсивного воздействия.

Вместе с тем активная медиатизация современной жизни все настойчивее ставит проблему деструктивных воздействий, сознательного искажения информации и конструирования дискурсов. В этих условиях обращенные к науке запросы общества концентрируются на возможностях противодействия негативным влияниям и обеспечения информационно-психологической безопасности. В данном случае речь идет о важнейшем научном направлении исследований проблем психологической безопасности человека и общества в целом, разрабатываемом в Институте психологии РАН (Проблемы психологической безопасности, 2012). Насколько выражено воздействие медиадискурса на психику людей, в какой степени изменяются картина мира человека, его эмоции и поведение под влиянием массмедиа, каков их вклад в психологическое благополучие человека – вот вопросы, которые в настоящее время становятся все более актуальными в исследованиях дискурса.

В подготовке данного научного издания приняли участие психолингвисты, социальные психологи, филологи, специалисты в области психологии личности, психологии труда и др. По сути, было реализовано междисциплинарное исследование дискурса в психологии (Психология: современные направления..., 2003; Психология человека в современном..., 2009; и др.). Рассматриваются особенности дискурса в разных сферах действительности, связанные с дискурсом проблемы личности, различные аспекты социальной практики, и в этом смысле здесь представлены проблемы и исследовательской, и практической психологии (Взаимоотношения исследовательской..., 2015; Парадигмы в психологии..., 2012; и др.). Большое внимание уделяется вопросам интенциональной организации дискурса и дискурсивным способностям, выступающим интегрирующим началом целого ряда включенных в сборник работ. В этой связи необходимо подчеркнуть, что в этой книге не просто продолжаются ранее начатые исследования дискурса и оказывае-

мого им психологического воздействия, что уже было отмечено выше, но они принципиально дополняются и развиваются.

Первый раздел книги посвящен изучению многообразных механизмов детерминации дискурса. В открывающей раздел статье Н. Д. Павловой, И. А. Зачесовой и Т. А. Гребенщиковой рассматриваются интенциональные основания речевого взаимодействия собеседников, процессуальные факторы, влияющие на характер реплик. Выдвигается представление, согласно которому выражение в речи и распознавание интенций служит необходимой основой взаимопонимания, координации действий, достижения целей коммуникантов. С позиций интенционального подхода исследуются (И. А. Зачесова, Т. А. Гребенщикова, Т. А. Кубрак) особенности организации дискурса повседневного общения горожан в разных социально-коммуникативных ситуациях и выделяются ведущие интенциональные направленности взаимодействия незнакомых друг с другом собеседников. Большое внимание уделяется проблеме дискурсивных способностей. Характеризуются их роль и место в структуре познавательных способностей и описываются авторские методики их диагностики (А. Н. Воронин). Выявляются индивидуально-психологические и ситуационные детерминанты дискурсивных способностей, а также условия их оптимального проявления в ситуации совместной учебной деятельности (А. Н. Воронин, Н. Б. Горюнова). Интересные возможности изучения организации дискурса дает обращение к дискурсивным практикам профессионального виртуального сообщества, обнаруживающим не только содержание профессиональной деятельности ИТ-специалистов, но и конструирующим их групповую идентичность (А. С. Сергеева, Б. А. Кириллов, Е. Ю. Воронина). Конкретизации представлений о видах дискурса способствует и исследование неформального студенческого дискурса, в котором рассматриваются присущие ему интенциональные категории (В. А. Афиногенова, Н. Д. Павлова).

Второй раздел сборника научных трудов обращен к проблеме оказания дискурсивного воздействия, которая неразрывно связана с организацией дискурса и его функционированием в различных социальных и коммуникативных контекстах. Представлен подход к исследованию закономерностей воздействия СМИ с позиций психологической модели взаимодействия человека с информационным пространством, рассматриваются полученные на его основе данные, касающиеся самовыражения личности в информационной коммуникации, личностных особенностей телеведущих и образной регуляции опосредствованного общения (Л. В. Матвеева). На приме-

ре дискурсивной апологизации неэтичного поведения исследуется роль гендерных характеристик объекта воздействия в эффективности воздействия. Выясняется, что, хотя степень влияния пола на эффективность приемов оправдания совершенного поступка относительно невысока, женщины сильнее подвержены действию дискурса по апологизации неэтичного поведения (В. В. Латынов). Особое внимание уделяется изучению пресуппозиций метафор и тем следствиям в статусе и содержании научного знания, к которым приводит их использование в научном психологическом дискурсе (К. И. Алексеев). На новом уровне знания анализируются возможности и ограничения подпорогового воздействия – феномена, сам факт существования которого на протяжении многих лет был и по-прежнему остается предметом острых научных дискуссий. Выявляются основные факторы такого рода воздействия и оцениваются способы противодействия влиянию подпороговых стимулов (В. В. Латынов). Интересное развитие темы психологического воздействия медиадискурса осуществляется через анализ символического значения государственных праздников в разные исторические периоды жизни страны и изучение влияния, которое они оказывают на личность (А. М. Борисова, М. И. Воловикова).

Третий раздел сборника составляют статьи, авторы которых изучают факторы информационно-психологической безопасности человека в разных сферах жизни современного общества и тем самым разрабатывают психологические проблемы российского общества (Психологические исследования проблем..., 2013; Психологические проблемы..., 2012; Психология человека и общества..., 2014; и др.). На основе интен-анализа комментариев информационно-аналитических ресурсов интернета выявляются тенденции модификации постсобытийного дискурса по отношению к исходному новостному поводу. Хотя еще недавно существование интернета обещало новый виток развития гуманизма, в ситуации анонимного участия в групповом общении возникает зона повышенной вербальной агрессии, что проявляется в усиленной оценочности постсобытийного интернет-дискурса, выраженной асимметрии в сторону интенций дистанцирования и дискредитации (Т. А. Гребенщикова, Н. Д. Павлова). Разрабатываются подходы к анализу факторов информационно-психологической безопасности в сфере кино и оценивается его роль в формировании ценностей и идеалов, социальных представлений и установок в отношении актуальных проблем современного общества (Т. А. Кубрак). Рассматриваются особенности компьютерных игр как медийного контента, проводится анализ

их психологического воздействия на детей и подростков (Л. В. Матвеева и др.). К актуальным проблемам проявления агрессии и конфликтного общения в интернет-пространстве обращено также исследование Е. Г. Басалаевой и М. А. Лаппо, проведенное на материалах регионального дискурса Новосибирской области. Важное научно-практическое значение имеют результаты изучения когнитивных и дискурсивных факторов в переговорах с различной силовой диспозицией, роль которой особенно важна в кризисной ситуации, в условиях высокой ответственности сторон за последствия (В. А. Цепцов, В. В. Цулина).

Теоретические и эмпирические исследования, составляющие содержание данной книги, разнообразные исследовательские подходы, оригинальные методические разработки и богатство представленного фактического материала могут вызвать интерес широкого круга специалистов в области психологии речи и психолингвистики, социальной и организационной психологии, психологии личности, труда и управления, психологов-практиков. Издание адресовано также специалистам смежных наук – филологам, социологам, антропологам, философам и др.

Литература

- Взаимоотношения исследовательской и практической психологии. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2015.
- Дискурс в современном мире. Психологические исследования / Отв. ред. Н. Д. Павлова, И. А. Зачесова. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2011.
- Парадигмы в психологии: науковедческий анализ. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012.
- Проблемы психологии дискурса / Отв. ред. Н. Д. Павлова, И. А. Зачесова. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005.
- Проблемы психологической безопасности. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012.
- Психологические исследования дискурса / Отв. ред. Н. Д. Павлова, И. А. Зачесова. М.: Пер Сэ, 2002.
- Психологические исследования проблем современного российского общества. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2013.
- Психологические проблемы современного российского общества. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012.
- Психологическое воздействие: механизмы, стратегии, возможности противодействия / Отв. ред. А. Л. Журавлев, Н. Д. Павлова. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012.

Вместо предисловия

- Психологическое воздействие в межличностной и массовой коммуникации / Отв. ред. А. Л. Журавлев, Н. Д. Павлова. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014.
- Психология: современные направления междисциплинарных исследований: Материалы научной конференции. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2003.
- Психология человека в современном мире. Том 1. Комплексный и системный подходы в исследованиях психологии человека. Личность как субъект жизненного пути: Материалы Всероссийской юбилейной научной конференции. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2009.
- Психология человека и общества: научно-практические исследования. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014.
- Ситуационная и личностная детерминация дискурса / Отв. ред. Н. Д. Павлова, И. А. Зачесова. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007.

Раздел 1

ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ ДЕТЕРМИНАЦИИ ДИСКУРСА

ПОНИМАНИЕ СОБЕСЕДНИКА В ПРОЦЕССЕ ДИАЛОГА*

Н. Д. Павлова, И. А. Зачесова, Т. А. Гребенщикова

Проблема понимания речи неизменно привлекает внимание. В последние годы в ее изучении наметились новые перспективы, связанные с формированием *междисциплинарной дискурсивной парадигмы* и нарастающей тенденцией исследовать речь в естественном жизненном контексте как универсальную форму социальной активности субъекта (Психология: современные направления..., 2003; Проблемы..., 2005; Журавлев, Павлова, 2007; Караулов, 2010; Дискурс в современном мире..., 2011; Дейк, 2013; Dijk, 2005; Moghaddam, Harre, 2010; Wetherell, Potter, 2015). Актуальность приобретает вопрос понимания высказываний в процессе диалога, значимой стороной которого выступает понимание выражаемых в речи интенций субъекта собеседником.

Весомый вклад в изучение интенционального аспекта высказываний вносят исследования, опирающиеся на теорию речевых актов (Теория..., 1986). Этот авторитетный подход не избавлен, однако, от существенных ограничений: исследования основываются на данных мысленного эксперимента, учитываются лишь типовые осознаваемые намерения (обещание, просьба), моделируются изолированные высказывания либо стереотипные схемы течения разговора (Franke, 1990; Fritz, 1991; и др.). Дискурсивная практика, связанная с выражением и пониманием интенций, во многом остается неизученной. Кроме того, несмотря на обилие работ, посвященных диалогу, сохраняют актуальность вопросы, касающиеся взаимной обусловленности реплик, процессуальных факторов, влияющих на характер интеракций и так или иначе связанных с пониманием собеседника.

* Работа выполнена в соответствии с Государственным заданием ФАНО РФ №0159-2016-0009.

Интенции, трактуемые в широком смысле как предметные направленности субъекта, образуют основу и глубинное психологическое содержание речи, которое непосредственно связано с целями деятельности субъекта и его «видением мира», его желаниями, нуждами, установками (Ушакова, Павлова и др., 2000; Павлова, 2000). Соответственно, понимание интенционального подтекста выступает важнейшей предпосылкой диалогического взаимодействия: координации совершаемых действий, достижения целей коммуникантов. Говорящий манифестирует в речи актуальные интенции, и их понимание является основанием или частичным основанием для последующих реплик собеседника.

Верификация и дальнейшее развитие этого представления определили цель настоящей работы. Ставились задачи: во-первых, описать интенциональную структуру аутентичных диалогов на основе реконструкции выражаемых в репликах интенций участников, их сопоставления и анализа понимания; во-вторых, исследовать факторы, влияющие на понимание интенций собеседника; в-третьих, важную задачу работы составило выявление случаев неверного или неполного истолкования речевых интенций и изучение их влияния на организацию диалога.

Методы исследования. Исследование проводилось с позиций дискурсивного подхода, предусматривающего изучение речи в системе коммуникативных отношений и реализующего принципы системной методологии (Ломов, 2006; Психология человека..., 2009, т. 1; и др.) и принцип субъекта (Психология человека..., 2009, т. 4; Субъектный подход..., 2009; и др.) в изучаемой области. В качестве основного использовался метод интен-анализа – теоретико-экспериментальный подход к изучению интенций, который позволяет реконструировать стоящие за речью интенции коммуникантов и выявить их влияние на организацию разговора (Ушакова, Павлова и др., 2000; Павлова, 2000, 2003). В сопоставлении с другими существующими разработками (в первую очередь лингвистической прагматикой, ориентированной на теорию речевых актов) важной особенностью интен-анализа выступает его обращенность к аутентичным речевым материалам, таким интенциональным характеристикам, которые связаны с ходом коммуникации, практической деятельностью участников. Характеризуются не только типовые открыто выражаемые намерения (просьба, приказ), но и другие интенции (в том числе неосознаваемые), которые воспринимаются партнерами и составляют психологическую реальность коммуникации.

В ходе исследования использовалась техника интент-анализа диалогов, включающая показатели направленности субъекта на собеседника и обращенная к таким составляющим интенционального содержания, которые связаны с адресатом речи и текущим взаимодействием (Павлова, 1998, 2005; Гребенщикова, Зачесова, 2012а, б, 2014; Кубрак, 2009). Применялись процедуры и показатели, разработанные для квалификации и оценки массмедийных материалов информационного и развлекательного характера (Григорьева, Павлова 2014), приемы описания диалогических паттернов, соотношенных с выражением конкретных, в том числе риторических и провокативных, интенций (Афиногенова, Павлова, 2015). Использовалась также экспериментальная методика изучения понимания выражаемых в речи интенций, сочетающая процедуры экспертного интент-анализ дискурса и его субъективного шкалирования испытуемыми (Павлова, Пескова, 2012).

Материалом исследования послужили диалоги, почерпнутые из разных сфер коммуникации: повседневного общения, педагогического и внеклассного общения в школе, консультативной психологической практики, интерактивных радио- и телепрограмм. Осуществлялась аудиозапись диалогов и последующая транскрипция записей (Atkinson, Heritage, 1984). База данных составила более 250 транскриптов.

Интенциональная структура диалогов

По результатам интент-анализа в диалогах при всем разнообразии их тематики выделяются три основных референциальных объекта: сам говорящий, партнер коммуникации и «действительность» – явление или предмет, о котором идет разговор. Обращаясь друг к другу, собеседники атрибутируют этим объектам определенные характеристики, обнаруживающие интенции обсуждения. На рисунке 1 приведена схема интенциональной структуры одного из проанализированных диалогов. Можно видеть, что основу интенциональной организации разговора формируют: направленность участников на себя, интенциональная направленность на собеседника и направленность на окружающую действительность. Эти типовые интенциональные направленности представлены совокупностью конкретных интенций, специфичных для каждого диалога (выразить позицию, спровоцировать, оценить и т. п.).

По соотношению типовых направленностей выделяются диалоги информационного характера, в которых наиболее выраженной

Раздел 1

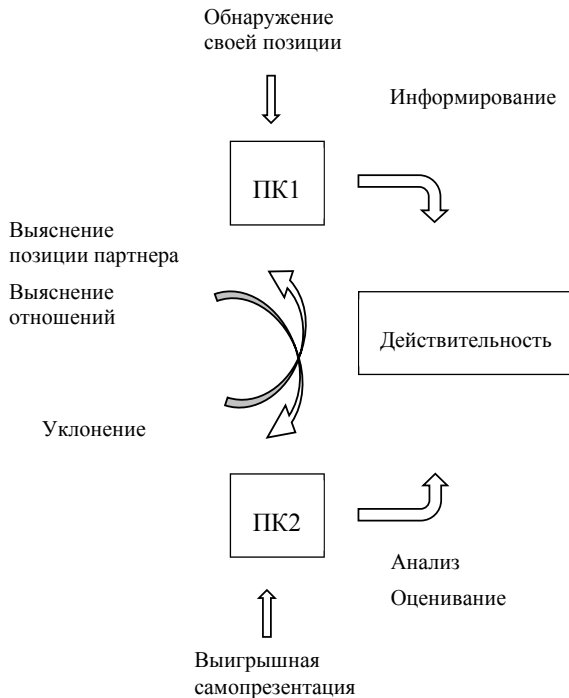


Рис. 1. Интенциональная структура диалога

Показаны типовые компоненты интенциональной структуры диалога: направленность участников (ПК1 и ПК2) на себя (прямые стрелки), на собеседника (выгнутые стрелки), на действительность (угловые стрелки). Отображены конкретные интенции, формирующие указанные направленности.

ПК1 и ПК2 – партнеры коммуникации.

является направленность участников на действительность и диалоги фатические, где превалирует интенциональная направленность на собеседника. Третий случай – преимущественная направленность партнеров на себя – в рассматриваемых материалах не обнаружен. Обычны, однако, диалоги смешанного плана, в которых представлены варианты различной доминирующей направленности коммуникантов: к примеру, интенциональное состояние одного определяет направленность на себя, другого – на партнера общения.

Видоизменение типовой интенциональной структуры в конкретных диалогах касается: 1) соотношения основных интенциональных направленностей; 2) наполняющих их конкретных интенций; 3) сте-

пени обобщенности/дифференцированности референциальных объектов. Так, нередко компонент, обозначаемый нами как «действительность», так или иначе структурируется, в частности, выделяется особый референциальный объект («противник» говорящего, виновник происходящих событий), на котором сосредоточены интенции отрицательного характера (обвинение, угроза и пр.). В соответствии с выраженностью типовых интенциональных направленностей и составляющих их конкретных интенций выделяются диалоги различных жанров: диалог-обсуждение, инструктивный диалог, диалог отношений и др.

В целом по результатам этой части исследования диалоги имеют характерную интенциональную структуру. Существенную роль в этой структуре играет направленность на собеседника, сообщающая остальным интенциям соотношенное с адресатом «диалогическое» выражение. Закономерен вопрос, как модифицируется интенциональный подтекст по ходу разговора в связи с текущими действиями участников?

Интенциональные паттерны в последовательности реплик

Анализ динамических изменений интенциональных параметров диалогов по ходу взаимодействия показывает, что интенции собеседников определенным образом скоординированы. Не только стремления вступить в разговор, уточнить информацию, другие «простые» эксплицитно выражаемые интенции актуализируют сопряженные с ними устремления партнера. Скрытая направленность на провоцирование, выяснение отношений и пр. также отреагируется, вызывая уклончивость, встречное провоцирование, стремление представить себя в выигрышном свете. Собеседники улавливают интенциональный подтекст, в том числе вуалируемые интенции, хотя в диалоге это может проявляться опосредованно и далеко не сразу. Интенциональное состояние говорящих нередко имеет устойчивый характер, обуславливая особенности взаимодействия на протяжении целого фрагмента.

Поскольку ответная реакция собеседника может быть как непосредственной, так и отсроченной, развитие диалога приобретает последовательный линейный либо сложный и разветвленный характер.

В диалогах линейного типа взаимопонимание легко достигается собеседниками, что проявляется в парности, взаимной дополнительности интенций, выражаемых в соседствующих репликах. Так, в диалоге, представленном на рисунке 2, собеседники охотно вступа-

ют в разговор, поддерживают шутки друг друга, отвечают на вопросы и т. д. Легко улавливается и скрытый интенциональный подтекст. Реплика «Соку хочется» подразумевает просьбу налить и принести сок, и этот смысл осознается собеседником. Однако в ответной реплике тот уклоняется от выполнения скрытой просьбы и репликой «Сок в холодильнике» намекает партнеру: сделай сам.

В диалогах с разветвленной интенциональной структурой одновременно (параллельно) или отсроченно (последовательно) развертывается несколько интенциональных линий: «ответные» интенции реализуются в нескольких репликах, одни интенции отреагируют немедленно, к другим – собеседник возвращается позднее.

Нередко одна реплика содержит несколько разноплановых интенций. В этом случае собеседник, как правило, поддерживает более актуальную для себя интенциональную линию, возвращаясь к другой линии позже. Так, в диалоге (рисунок 3) после просьбы, звучащей в иницирующей реплике, собеседник, помимо уточнения просьбы (первая интенциональная линия), дает партнеру совет (вторая интенциональная линия). Эта реплика содержит, таким об-

Последовательность реплик	ПК 1 <i>высказывание</i> и репрезентированные в нем интенции	ПК 2 <i>высказывание</i> и репрезентированные в нем интенции
1		<i>Чего-то хочется / а чего – не знаю //</i> Побуждение собеседника вступить в разговор
2	<i>Ну, тогда точно поменьше поработать / побольше поесть //</i> Направленность на поддержание разговора, желание пошутить	
3		<i>Ну / работайте как-то поздновато / да и есть може //</i> <i>соку хочется //</i> Поддержка шутки, информирование, побуждение партнера к действию
4	<i>Сок в холодильнике // а мороженого у нас нет //</i> Уклонение от выполнения действия, информирование через вопрос	
5		<i>Съели //</i> Информационный ответ

Рис. 2. Линейная интенциональная организация диалога

Стрелки показывают интенциональную взаимосвязанность (согласованность) реплик.

разом, две независимые интенции, задающие две возможные линии развития разговора. В третьей реплике инициатор разговора (ПК1), следуя своим интересам, поясняет просьбу и благодарит за ее выполнение. В четвертой реплике коммуникативный партнер (ПК2) задает вопрос, развивающий вторую предложенную им интенциональную линию. И только в пятой реплике эта вторая линия разговора поддерживается ПК1, и он на вопрос отвечает.

Согласованность реплик свидетельствует о том, что интенциональный подтекст легко распознается собеседниками. Если один партнер ставит вопрос, то другой на него отвечает или задает уточняющий вопрос; если один просит что-либо сделать, другой соглашается либо отказывает и т. д. Подобные симметричные паттерны составляют основу диалога, обеспечивающую его последовательное бесперебойное развитие.

Последовательность реплик	Партнер коммуникации 1 высказывание и репрезентированные в нем интенции	Партнер коммуникации 2 высказывание и репрезентированные в нем интенции
1	<i>Соку дашь / пожалуйста //</i> Обращение с просьбой	
2		<i>Спать будешь ложиться / коту к себе иде пускай / разбудит // этот сок хочешь //</i> Совет, уточняющий вопрос
3	<i>Все равно / спасибо //</i> Уточнение просьбы Выражение благодарности	
4		<i>Так не дал этой ночью выспаться //</i> Побуждение продолжить разговор, вопрос
5	<i>Да / мяукал возле двери / царапал ее / выйти из комнаты хотел //</i> Сообщение информации	

Рис. 3. Разветвленная интенциональная организация диалога
Направление и тип стрелки показывают интенциональную взаимосвязанность (согласованность) реплик.

Факторы понимания интенций собеседника

Вместе с тем отмечаются случаи неверного или искаженного понимания интенций, приводящие к сбоям в течении разговора, а в отдельных случаях и к коммуникативным провалам.

Неверное истолкование интенций субъекта влечет за собой корректирующие реплики, задаются также уточняющие вопросы, свидетельствующие о стремлении понять намерения партнера. Искаженное истолкование интенций имеет иную природу. Оно связано с нежеланием понять или обнаружить понимание собеседника, что проявляется в намеренном уходе от обсуждаемой темы, стремлении настоять на своем. Соответственно, выделяются две группы факторов, определяющих ситуацию непонимания интенционального содержания: объективные факторы и факторы субъективного плана, связанные с позициями коммуникантов.

К факторам объективного плана относятся разного рода ситуативные помехи, никак не связанные с отношениями между партнерами. Например, непонимание может быть следствием «ослышки» как в следующем фрагменте, где ответная реплика собеседника воспринимается как выражение недовольства, что вызывает уточняющий вопрос и последующую коррекцию понимания со стороны партнера.

Т.: Ну как плов-то //

П.: Очень вкусно / поостыл только чуточку //

Т.: Постыл // (удивленно)

П.: Да нет / поостыл / остыл немного //

Непонимание может возникнуть и вследствие различий в запасе знаний или появления новой информации, недоступной одному из партнеров в связи с изменением ситуации. Случаи непонимания, возникающие под влиянием объективных факторов, можно отнести к истинным заблуждениям.

Иной характер имеет непонимание интенций, связанное с действием субъективных факторов. Жесткое следование своим интересам, стремление настоять на своем, задеть или обидеть собеседника, противостоять давлению с его стороны, просто отсутствие интереса к обсуждению предложенной темы в связи с изменением ситуации – эти и другие позиции могут привести к искаженному истолкованию интенций и домысливанию интенционального подтекста. При этом в основе проявления субъективных факторов могут лежать не только межличностные отношения (негативный на-

строй, недоверие и пр.), но и сиюминутное настроение, усталость, занятость другими делами.

В ситуации «субъективного непонимания» обычны различные тактики ухода от ответа, такие, как затягивание разговора, уточняющие вопросы, предложение новой темы, перевод темы в шутку и пр. Это находит отражение в интенциональном рассогласовании реплик: за жалобой может следовать инструктивный совет или выражение недовольства вместо сочувствия, за указанием – жалоба вместо согласия либо несогласия, за намеком – встречный намек вместо выполнения скрытой просьбы, за выражением недовольства – шутка и пр.

Обнаруживаются особенности «передачи» интенций в разных коммуникативных контекстах. Случаи непонимания интенций, связанные с действием объективных факторов, регулярно встречаются в условиях динамичной, тесно спаянной с бытом повседневной коммуникации. Нередки они и в интерактивных радио- и телепрограммах. Намеренное непонимание интенций собеседника возможно в различных контекстах. Подобный «коммуникативный саботаж» вовсе не обязательно свидетельствует о конфликтности ситуации или негативном характере отношений. Чаще он выступает в роли своеобразной коммуникативной стратегии, позволяющей влиять на течение разговора. В этом плане субъективное непонимание интенций представлено не только в медийных диалогах, но и в учебных и научных дискуссиях, консультативной психологической практике. Отмечается оно и в сфере семейной коммуникации, где влияние субъективных факторов обычно не приводит к серьезным сбоям коммуникации, но тоже сказывается на развитии разговора. Так, в диалоге, фрагмент которого приведен ниже, инициатор общения терпит коммуникативную неудачу: его стремление получить разъяснение игнорируется партнером, который уходит от прямого ответа и направляет разговор в интересующее его русло.

Н.: *Слушай / энтропия / это что //*

С.: *Мера беспорядка //*

Н.: *Нет / мне не понятно / не понимаю //*

С.: *У тебя вон все время хаос / помахала бы веником что ли //*

Н.: *У меня нет на это времени //*

Специального внимания заслуживает влияние на восприятие интенций способа их речевого выражения. Для адресата высказываний – это еще один объективный фактор, определяющий адекватное или искаженное истолкование интенций собеседника. Как показы-

вают данные проведенного исследования, косвенно выраженные интенции понимаются хуже, чем выраженные явно. Возможности понимания определяет не только открытость / «завуалированность» интенции, но и регулярность ее проявления в речи («ожидаемость» интенции). Имеет значение и развернутость речевого выражения: чем в большем объеме вербального материала проявляется интенция, тем надежнее она квалифицируется. При непосредственном взаимодействии с собеседником, когда коррекцию понимания обеспечивают ответные реплики и уточняющие вопросы, влияние этого фактора на течение разговора не столь значительно. Оно проявляется, однако, в условиях ограниченного или одностороннего контакта партнеров, которые по разным причинам возникают как в медийных диалогах, так и в повседневных ситуациях: взаимодействие с аудиторией ведущих ток-шоу и интерактивных радио- и телепрограмм, разговоры по телефону, в ходе практической деятельности и др.

Если с позиций слушающего форма выражения интенций выступает объективным фактором, могущим затруднять понимание, то в перспективе говорящего – это фактор субъективного плана, позволяющий в своих целях разворачивать обсуждение. Варьируя формы выражения в соответствии со своими установками, коммуникант может вуалировать одни интенции и выдвигать на первый план и акцентировать другие. Так, желая произвести благоприятное впечатление, особенно в условиях публичных обсуждений, выступающий в открытой форме проявляет наиболее выигрышные в глазах аудитории устремления и замалчивает или маскирует то, что может восприниматься негативно. Для более яркой демонстрации интенции используются специальные выразительные средства: экспрессивная лексика, повторы, метафоры и пр. Кроме того, получены факты, выявляющие значение особых провокативных интенций, связанных с манифестацией субъектом внутренних психологических состояний (истинных или имитируемых) с целью вызвать в адресате аналогичное состояние. Говорящий «провоцирует» психологическое состояние слушателя, обеспечивая тем самым ожидаемую реакцию на свои высказывания и поведение.

Манипулятивные возможности, которыми располагает говорящий (Павлова, 2013), делают понимание выражаемых в речи интенций во многом зависящим от условий восприятия вербального материала. Если в условиях непосредственного взаимодействия опорой понимания интенционального подтекста выступает включенность в коммуникацию – адресат соотносит высказывания с ситуацией, партнером общения, задает вопросы, то в условиях предъявления

на слух изъятых из контекста образцов речи склонность недооценивать представленность интенций обнаруживают не только «наивные» слушатели, но и опытные эксперты. Этот результат проведенного экспериментального исследования свидетельствует об утрате части интенционального содержания речи при однократном восприятии ее на слух даже опытными специалистами. Но именно такой формат предусматривают для аудитории публичные диалоги, транслируемые СМИ.

Каковы возможности понимания интенционального подтекста таких диалогов неподготовленной аудиторией, показало исследование, в котором наряду с экспертами-психолингвистами приняли участие «наивные» слушатели (50 человек в возрасте 18–36 лет). На основании списка интенций, характерных для массмедийного дискурса (28 интенций), предлагалось оценить 3 фрагмента радиодиалогов. Было показано, что по сравнению с экспертами «наивные» слушатели в основном переоценивают интенции, т. е. расширяют их список и приписывают им большую выраженность. Вместе с тем они недооценивают интенции сравнительно с данными интент-анализа, в особенности такие интенции, которые обычно вуалируются (самооправдание, избегание ответственности и пр.). При этом выявляется тенденция приписывать собеседникам интенции, которые по результатам интент-анализа в репликах не выражены. Характерно, однако, что «добавленные» интенции соответствуют именно тем интенциональным направленностям, которые выступают основными для данного диалога и выражаются наиболее открыто, ярко и эмоционально.

Нетрудно заметить, что приведенные данные свидетельствуют о генерализованности восприятия интенционального содержания диалогов, транслируемых средствами массовой информации. Аудитория улавливает основную направленность высказываний, не дифференцируя более дробных и подчиненных интенций. Это делает понимание неполным и вместе с тем открывает возможности для обобщенного, в том числе субъективного, истолкования смысла.

Характеризуя осуществленное исследование в целом, важно подчеркнуть, что проблема механизмов речевого взаимодействия, на которую оно выходит, актуальна в психологии речи, психолингвистике, теории коммуникации. Полученные результаты позволяют продвинуться в разработке интенциональной модели диалога, согласно которой выражение и распознавание интенций является важнейшей составляющей речевого взаимодействия. Передача интенций служит необходимой основой взаимопонимания, коорди-

нации действий, достижения целей коммуникантов. Развиваемый подход, который может быть назван *интен-анализом интеракции*, обнаруживает движущие силы разговора, те актуальные смыслы, которые переживаются собеседниками и направляют их действия в ходе общения.

С учетом всего массива полученных данных расширено и уточнено представление о *типовых компонентах* интенциональной структуры диалога и основных линиях их *модификации* в конкретном коммуникативном контексте. Показано, что в общем случае интенциональная структура диалога включает: направленность участников на себя, интенциональную направленность на собеседника и направленность на окружающую действительность. В разных видах диалога названные типовые компоненты имеют различную выраженность и своеобразное интенциональное наполнение.

Вместе с тем проведенное исследование раскрывает *интенциональные основания* речевого взаимодействия, процессуальные факторы, влияющие на характер реплик. Изменения интенциональных параметров, прослеживаемые в ходе разговора, позволяют обосновать представление о понимании интенционального подтекста высказываний как важнейшей предпосылке диалогического взаимодействия. Говорящий манифестирует в речи актуальные интенции, их понимание является полным или частичным основанием для последующих реплик собеседника. Охарактеризованы переменные, влияющие на понимание интенций, а также связанные с их искажением «коммуникативные неудачи». Показано, что в условиях диалога интенциональное состояние собеседников в существенных чертах определяет направленность на партнера и текущую коммуникацию. При этом наряду с интенциями, возникающими по ходу взаимодействия (ответить, уточнить, подтвердить), движение разговора обуславливают и более общие устремления, формирующиеся за рамками диалога в связи с практической деятельностью коммуникантов.

Литература

- Афиногенова В. А., Павлова Н. Д. Интенциональные паттерны в репликах собеседников // Экспериментальная психология. 2015. Т. 8. №2. С. 36–44.
- Гребенщикова Т. А., Зачесова И. А. Психология повседневного дискурса: Интенциональный аспект. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014.

- Гребенщикова Т. А., Зачесова И. А. Дискурсивное воздействие в семейном межличностном взаимодействии // Психологическое воздействие: механизмы, стратегии, возможности противодействия. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012. С. 323–353.
- Гребенщикова Т. А., Зачесова И. А. Интенциональный аспект взаимодействия в семейном диалоге // Вопросы психолингвистики. 2012. № 16. С. 106–114.
- Григорьева А. А., Павлова Н. Д. Интенциональные модели психологического воздействия в дискурсе массмедиа // Психологическое воздействие в межличностной и массовой коммуникации. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014. С. 45–53.
- Дейк Т. А. ван. Дискурс и власть. М.: Книжный дом «Либроком», 2013.
- Дискурс в современном мире. Психологические исследования / Под ред. Н. Д. Павловой, И. А. Зачесовой. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2011.
- Журавлев А. Л., Павлова Н. Д. К междисциплинарной проблематике дискурса // Ситуационная и личностная детерминация дискурса. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. С. 6–11.
- Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. М.: Изд-во ЛКИ, 2010.
- Кубрак Т. А. Интенция самопрезентации субъекта в вербальной коммуникации: Автореф. дис. ... канд. психол. наук. М.: ИП РАН, 2009.
- Павлова Н. Д. Механизмы и средства психологического воздействия в дискурсе // Психологические исследования: электронный научный журнал. 2013. Т. 6. № 32. С. 3.
- Павлова Н. Д. Интерактивный аспект дискурса: подходы к исследованию // Психологический журнал. 2005. Т. 26. № 4. С. 66–76.
- Павлова Н. Д. Интент-анализ дискурса // Теоретические и прикладные коммуникативные исследования / Под ред. И. А. Стернина, В. Н. Степанова. Воронеж–Ярославль: Истоки, 2003. С. 19–25.
- Павлова Н. Д. Коммуникативная функция речи: интенциональная и интерактивная составляющие: Дис. ... докт. психол. наук. М.: ИП РАН, 2000.
- Павлова Н. Д. Интент-анализ телеинтервью // Языковое сознание: формирование и функционирование / Под ред. Н. В. Уфимцевой. М.: Институт языкознания, 1998. С. 87–100.
- Павлова Н. Д., Пескова Е. А. Понимание интенционального подтекста речи адресатом // Экспериментальная психология. 2012. Т. 5. № 2. С. 74–82.

- Проблемы психологии дискурса / Под ред. Н. Д. Павловой, И. А. За-
чесовой. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005.
- Психология: современные направления междисциплинарных ис-
следований: Материалы научной конференции. М.: Изд-во «Ин-
ститут психологии РАН», 2003.
- Психология человека в современном мире. Том 1. Комплексный
и системный подходы в исследованиях психологии человека.
Личность как субъект жизненного пути: Материалы Всероссий-
ской юбилейной научной конференции. М.: Изд-во «Институт
психологии РАН», 2009.
- Психология человека в современном мире. Том 4. Субъектный под-
ход в психологии: история и современное состояние. Личность
профессионала в обществе современных технологий. Нейро-
физиологические основы психики: Материалы Всероссийской
юбилейной научной конференции. М.: Изд-во «Институт пси-
хологии РАН», 2009.
- Субъектный подход в психологии. М.: Изд-во «Институт психоло-
гии РАН», 2009.
- Теория речевых актов. Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17.
М.: Прогресс, 1986.
- Ушакова Т. Н., Павлова Н. Д., Алексеев К. И., Латынов В. В. Слово
в действии. Интент-анализ политического дискурса. СПб.: Але-
тейя, 2000.
- Atkinson J. M., Heritage J. C. Structures of Social Action: Studies in Con-
versation Analysis. Cambridge: Cambridge University Press, 1984.
- Dijk T. A. van. Contextual Knowledge Management in Discourse Produc-
tion. A CDA Perspective // New Agenda in (Critical) Discourse Ana-
lysis / R. Wodak, P. A. Chilton (Eds). Amsterdam: Benjamins, 2005.
- Franke W. Elementare Dialogstrukturen. Tübingen, 1990.
- Fritz G. Comprehensibility and the basic structures of dialogue / S. Sta-
ti, E. Weigand, F. Hundsnurscher (Eds) // Dialoganalyse. 111. Tub-
ingen, 1991. P. 3–24.
- Moghaddam F., Harre R. Words of Conflict, Words of War: How the Lan-
guage We Use in Political Processes Sparks Fighting. Santa Barbara,
California–Denver, Colorado–Oxford, England: Praeger, 2010
- Wetherell M., Potter J. Discourse and Social Psychology, postmodernism,
and capitalist collusion: An argument for more complex historio-
graphies of psychology // Theory & Psychology. 2015. V. 25. June
3. P. 388–395.

ИНТЕНЦИОНАЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ДИСКУРСА ПОВСЕДНЕВНОГО ОБЩЕНИЯ НЕЗНАКОМЫХ ЛЮДЕЙ*

И. А. Зачесова, Т. А. Гребенщикова, Т. А. Кубрак

Повседневное общение между незнакомыми людьми, при котором собеседники выступают как в официальном, так и неофициальном статусе, необычайно разнообразно. Оно реализуется в письменной и устной форме, сопрягается с разными видами коммуникации (непосредственной и опосредованной, межличностной и групповой, вербальной и невербальной), представлено разнообразными видами повседневных практик (покупка, поездка, посещение театра, визит к врачу, решение проблем в государственных и коммерческих учреждениях, участие в митинге, шествии, народном гулянии и т. п.). Неслучайно на изучении повседневного дискурса сосредоточены исследования таких крупных научных направлений, как конверсативный анализ (Н. Sacks, E. Schegloff, G. Jefferson, M. Goodwin, J. Heritage) и коллоквиалистика – исследования разговорной речи (Е. А. Земская, О. А. Лаптева, М. В. Китайгородская, Н. Н. Розанова и др.). Изучаются стратегии и тактики речевого поведения (Н. Д. Арутюнова, И. Н. Борисова, О. С. Иссерс, Т. Г. Винокур и др.), механизмы речевого взаимодействия партнеров коммуникации (Г. М. Андреева, И. А. Стернин, Б. Е. Чернявская, Е. Л. Доценко, Г. А. Ковалев и др.), речевые жанры (А. Вежбицка, В. В. Дементьев, Т. В. Матвеева, К. Ф. Седов, М. Ю. Федосюк, Т. В. Шмелева и др.), сфера конфликтной коммуникации (И. Н. Горелов, Ю. М. Орлов, К. Ф. Седов, Ю. В. Щербинина, П. Браун, Л. Кастлер, А. Я. Анцупов, Б. Н. Хасан и др.) и мн. др.

Выделение и изучение интенциональной организации дискурса повседневного общения незнакомых людей открывает новую и интересную грань в области междисциплинарных исследований, свя-

* Работа выполнена при финансовой поддержке РГНФ, грант № 15-06-10507а.

занных с анализом коммуникативных процессов (Журавлев, Павлова, 2007).

В отличие от институциональных дискурсов, в которых условия общения часто оговариваются специально (в различных предписаниях, законах, инструкциях, руководствах), повседневное общение характеризуется принципиальной открытостью границ, установкой участников на возможность не следовать никаким институциональным правилам и нормам. Если в рамках институциональных дискурсов субъекты общения вступают в коммуникацию согласно правилам дискурсивной регламентации, то инициация повседневного общения осуществляется на основании «доброй воли» коммуникантов. Локальность целей повседневных дискурсов является ведущим отличительным признаком, определяющим их вариативность в социальном пространстве повседневного общения. Повседневный дискурс характеризуется относительно свободной мена коммуникативных ролей собеседников. Если в рамках институциональных дискурсов статусное общение предлагает его участникам фиксированную схему коммуникативных ролей, то в повседневном общении ролевая структура формируется на уровне каждой конкретной ситуации общения (Макаров, 2003). Так, в городском пространстве субъект находится в окружении незнакомцев, которые могут быть «потенциальными друзьями» (Китайгородская, Розанова, 2010), хотя нельзя не отметить, что часто в общении незнакомых на улице можно наблюдать черты агрессивного, конфликтного поведения. Повседневный дискурс отличается максимальной свободой выбора языковых средств. Речевая среда повседневности допускает как обиходно-разговорный стиль литературного языка, так и диалектную речь, городское просторечие, социальные и профессиональные жаргоны. Обычные условия формирования повседневного дискурса – это неофициальность и непринужденность общения, непосредственное участие говорящих в разговоре, неподготовленность речи, ее автоматизм, преобладающая устная форма общения, при этом обычно диалогическая (Голуб, 2010).

В совокупности перечисленные особенности повседневной коммуникации определяют специфику организации повседневного дискурса.

В настоящем исследовании фокус внимания будет сосредоточен на повседневных диалогах между незнакомыми людьми в разных социально-коммуникативных ситуациях.

В первой ситуации собеседники находятся в пределах одного пространства в одинаковых ролях в неофициальном статусе (прохо-

жие, попутчики, ожидающие очереди и т. п.). Во второй ситуации – в официальном статусе при формальном общении (покупатель–продавец, менеджер или индивидуальный предприниматель–клиент в коммерческой организации; менеджер–клиент в государственном учреждении и т. п.). При изучении дискурса, характерного для этих ситуаций, будет применяться метод интен-анализа. С использованием данного метода было показано, что в условиях непосредственного взаимодействия интенциональное состояние говорящих определяет направленность разговора на себя, на партнера или на текущую коммуникацию (Павлова, 2003б; Ушакова и др., 2000). Наряду с интенциями, возникающими по ходу взаимодействия, движение разговора определяют более общие устремления собеседников, формирующиеся в связи с практической (профессиональной) деятельностью коммуникантов, что разрабатывается также в психологии труда (Личность профессионала..., 2013; Проблемы фундаментальной и прикладной психологии..., 2008; и др.). Собеседники улавливают интенциональный подтекст, что служит важной предпосылкой координации совершаемых действий и развития разговора (Павлова, 2005; Зачесова, 2002, 2007; Гребенщикова, Зачесова, 2011; Гребенщикова, 2012). Одни из первых работ, выполненных в рамках такого подхода, относятся к изучению тонкой организации взаимодействия в диалоге (Павлова, 2000а, б, 2003а, 2005). Выделяются два взаимосвязанных плана диалога: проблемный (отражающий собственно содержание общения, обмен информацией и концептуализацию полученных сведений) и связанный с регуляцией отношений коммуникантов (принятие / неприятие сказанного, вовлечение в диалог, выражение заинтересованности и др.). Развиваемый в этих работах подход к изучению вербальной коммуникации учитывает установки коммуникантов, связь особенностей взаимодействия с коммуникативным контекстом.

Позднее в рамках интен-анализа был осуществлен ряд исследований, освещающих вопрос психологических оснований институциональных (политического, научного, педагогического) и диалогических видов дискурса (Дискурс в современном мире, 2011; Павлова и др., 2005; Воронин, Горюнова, 2007). Было показано, что интенциональное своеобразие политических выступлений определяют иерархически организованные интенциональные направленности: анализ окружающей действительности образует нижний уровень организации, критика оппонента и апологизация своей позиции – второй, и, наконец, верхний, подчиняющий себе остальные, – уровень направленности на адресата (аудиторию) и оказа-

ния на него воздействия (Павлова, 2000; Латынов, 2013; Латынов, 1995).

Исследования в области педагогического дискурса выявили интенции, ориентированные не только на сам педагогический процесс, но и на развитие отношений учителя и ученика: с одной стороны, уточнить, указать цель, стимулировать к действию, а с другой – поддержать диалог, похвалить, успокоить, передать инициативу (Дискурс в современном мире, 2011).

Исследования Т. А. Кубрак дополнили представления о психологическом содержании дискурса (Кубрак, 2007, 2009). Было показано, что в научном и психотерапевтическом дискурсе комплексная интенция самопрезентации включает направленность говорящего на себя (самохарактеризация) и на другого/аудиторию (воздействие). Кроме того, было показано, что выраженность самопрезентации тем сильнее, чем больше она совпадает с целями дискурса.

Исследования интенциональной структуры повседневного бытового диалога (Зачесова, 2002; Зачесова, Гребенщикова, 2007; Гребенщикова, Зачесова, 2012; Гребенщикова, Зачесова, 2014) позволили определить, что в непринужденных разговорах в домашней обстановке интенциональная направленность отвечает двум основным линиям взаимодействия. С одной стороны, это решение определенных проблем, а с другой – налаживание и поддержание межличностных отношений. Аналогичные виды направленности взаимодействия были выделены также в исследованиях совместной трудовой деятельности (Совместная деятельность в условиях..., 1997; Совместная деятельность: методы..., 1992; и др.).

Развитие исследований в означенном направлении позволило сформулировать следующие задачи изучения организации и функционирования повседневного дискурса между незнакомыми людьми:

1. Охарактеризовать интенциональный состав диалоговых форм дискурса между незнакомыми людьми, выделить ведущие интенциональные направленности собеседников (ВИН) и частные интенции в их составе.
2. Сопоставить выраженность ведущих интенциональных направленностей и частных интенций диалоговых форм дискурса между незнакомыми людьми в разных социально-коммуникативных контекстах (неофициальный и официальный статус).
3. Охарактеризовать типичные для диалоговых форм дискурса повседневного общения сочетания ВИН и характера реализуемого в их последовательности взаимодействия коммуникантов.

Диалоги записывались в обычных местах городского общения незнакомых людей (городские улицы, остановки транспорта, городской и пригородный наземный транспорт, государственные и коммерческие учреждения). При записи диалогов не учитывались пол, возраст и статус коммуникантов. Было записано 20 образцов дискурса (от 2 до 180 реплик), по 10 в каждой ситуации формального / неформального повседневного общения.

Записанные диалоги транскрибировались с учетом особенностей устной речи, интонационных выделений, пауз, хезитаций и пр.* С целью выявления ВИН коммуникантов и частных интенций в их составе в диалогах, записанных в разных ситуациях общения, проводился интент-анализ (Ушакова и др., 2000; Павлова, 2003а). Интенции субъектов общения, проявляющиеся в их высказываниях, квалифицировались группой экспертов на основе согласования оценок.

Результаты

Результаты интент-анализа группы диалогов, записанных в ситуации неофициального общения, представлены в таблице 1.

В повседневных диалогах между собеседниками в *неформальном статусе* было выделено 11 ВИН коммуникантов. Для «проблемного» взаимодействия характерны следующие ВИН: «выяснить информацию / побудить к диалогу» (29%), «поддержать диалог / предоставить информацию» (27%), «защитить себя / свою позицию» (24%), «обозначить свое намерение» (20%).

Область проблемной коммуникации в диалогах между собеседниками в неофициальном статусе (в спонтанной коммуникации) очерчивается выяснением информации и стремлением отстоять свои интересы. Интенции носят конкретно-проблемный характер: поинтересоваться («Здравствуйте / Где здесь ближе всего / дежурная аптека? //»); уточнить («Четырёхсотого давно не было?»). Диалоги информационного типа оказались наиболее короткими (2–4 коммуникативных хода), они образуются вокруг интенциональной пары «запросить информацию – предоставить информацию» (*Девушка / скажите / а к «Заре» в какую сторону // – Вам нужно вниз и налево // – Спасибо*). Здесь иницирующие коммуникативные ходы содержат выполняющую двойную функцию ВИН побудить к диалогу / выяснить информацию.

* Диалоги были записаны К. К. Голубушиной.

Таблица 1

Ведущие интенциональные направленности диалогов между незнакомыми людьми в неофициальном статусе

Ведущие интенциональные направленности	Интенции
«Проблемное» взаимодействие	
Выяснить информацию/побудить к диалогу	Поинтересоваться («Здравствуйте! Как дорожка?»; уточнить («Автобус на Москву давно ушел?»))
Поддержать диалог/предоставить информацию	Дать совет («Голову назад не запрокидывать / это очень вредно для шеи»), сообщить («Минут пятнадцать»), информировать («На третий этаж поднимитесь / там будет»), предложить («Я вам могу так сказать / не придется в очереди стоять»)
Обозначить свое намерение	Попросить («Извините / можно я вперед»), привлечь внимание («Простите!»), сообщить («Я / у двери / до открытия была первая / Так что пропустите»)
Защитить свою позицию (самоохранительные интенции)	Оправдаться, пояснить («вдруг вы не поняли / Я и поясняю»), осуществить самопрезентацию («Но я же интеллигентный человек»)
«Отношенческое» взаимодействие	
Побудить к диалогу/обсуждению	Привлечь внимание («А скажите / пожалуйста», «А можно вопрос?»), поинтересоваться («БЭЭРЦЭ? Это Ярославль же?»), выразить мнение, поделиться мнением («Заблудился что ли / Непонятно что он здесь делает»)
Поддержать общение	Продемонстрировать понимание собеседника («Да», «Точно!», «Я так и подумала»), выразить мнение («Да / Как тесен мир»)
Поддержать партнера по коммуникации	Выразить сочувствие / участие («Бывает...»)
Проявить вежливость (этикетные формы)	Принести извинения – принять извинения («Простите, я случайно» – «Ничего»), приветствовать («Здравствуйте!», «Добрый день»)
Защитить свою позицию (самоохранительные интенции)	Оправдаться («Я же не знаю / куда вы пойдете»), осуществить самопрезентацию («Я же интеллигентный человек»)
Выступить против партнера	Осудить («Зачем это вы бутылку сейчас бросили?»), обвинить («Понаехали тут всякие!»), упрекнуть или выразить недовольство («Вы мешаете!»), выразить возмущение/обиду («Неужели вы думаете / мне нужны ваши данные?»)
Изменить мнение партнера	Выразить свое мнение («Все бабы одинаковые»), выразить сомнение («То же всё относительно», «Не знаю»), возразить («Нет / конечно»), критиковать позицию партнера («Почему вы решили / что я хочу скандалить»), осуществить самопрезентацию, дать совет («Ищи женщину, что б постарше тебя была»)

В исследуемом материале нами не было обнаружено попыток прямого побуждения к действию в форме инструктивных диалогов, столь распространенных, например, в семейном дискурсе. Их место занимают просьбы, подкрепленные этикетными выражениями. Однако обнаруженные в диалоге просьбы по своей форме часто не подразумевают вариантов отказа, приближаясь к указаниям («Пожалуйста / передайте» – в транспорте, «Пропустите / пожалуйста» – в очереди). Коммуниканты в коротких просьбах-указаниях сообщают о своих намерениях, поясняют свои действия («Мужчина / вы последний / я за вами», «Извините / мне сейчас расплачиваться» – «Проходите»). Интенции «проявить вежливость», «привлечь внимание», «сообщить о намерениях» составляют ВИН «побудить к действию», не ориентированы на вовлечение другого в контакт и часто не встречают вербального ответа или получают формальный ответ.

Интенция «спросить» в составе ВИН «получить информацию» встречается и в кооперативных диалогах – незнакомые собеседники быстро откликаются и с готовностью делятся нужной информацией: «А вы мне не подскажите / какие мне лучше упражнения делать / для спины / – Самое главное / голову назад не запрокидывать / это очень вредно для шеи».

Нередко коммуниканты, когда им нужно выяснить информацию, опираются на опыт общения, психологические стереотипы, знания о статусно-ролевых отношениях и т. п. Например, если прохожему необходимо узнать, где находится Пенсионный фонд, то он обращается к пожилому человеку, если же интересуется расположением корпуса университета, то предпочтение отдается молодому человеку.

В составе ВИН «поддержать диалог/предоставить информацию» наиболее выражены интенции «дать совет» («Сумки в двух руках нужно носить / для равновесия / грыжа не будет вылазить //»), «сообщить» («Вон / только ушел //», «Здесь все магазины рядом / все близко //»), «информировать» («Слева двухэтажное здание / на первом этаже / справа от входа сидит девушка / там есть ксерокс //», «предложить» («Давайте я заполню свой бланк / потом вам помогу // Подождите пару минут! //»).

ВИН «обозначить свое намерение» содержит интенции «попросить» («Подвиньтесь / я сяду!» – в автобусе; «Слышь / братан / на следующей останови! //»; «Девушка / возьмите / Передайте! //» – в маршрутном такси), «привлечь внимание» («Простите!»; «Будьте добры / скажите пожалуйста!»), «сообщить» («Я отходила к соседнему прилавку / мужчину предупреждала //; «Перекупили магазин / опять ремонтируют //»).

ВИН «защитить свою позицию» составляют самоохранительные интенции: «оправдаться» («*Я тоже педагог / и тоже с высшим образованием //*»), «пояснить» («*Нет пока / водить умею //*»; «*Не-а / я умею только пуговицу пришить //*»), «осуществить самопрезентацию» («*А я / девушка капризная! //*»).

Рассмотрим проблемный диалог смешанного типа, который, начинается с развернутой просьбы – побуждения к действию, но заканчивается в «диссонансном», дисгармоническом ключе:

Диалог 1 (у банкомата).

А.: *Пожалуйста / не могли бы вы отойти подальше / буквально два шага //* (попросить)

Б. [отходит]: *Неужели вы думаете / мне нужны ваши данные //* (выразить возмущение / обиду)

А.: *Нет / конечно //* *Мне так удобнее //* (возразить; пояснить)

Б.: *И как вы / интересно / в метро ездите? //* (упрекнуть; защитить свою позицию)

Диалог инициирован А. с целью защиты своего личного пространства, что выражается частной интенцией «попросить». Собеседник Б., хотя и выполняет требуемое, но при этом занимает оборонительную позицию, воспринимая просьбу как обвинение. Диалог приобретает черты конфликтности. Защищаясь, Б. упрекает партнера, аргументирует свои действия и ссылается на общность социального пространства («как в метро»). Здесь и А., и Б. нацелены не на изменение мнения собеседника, а на защиту собственного интереса, но если А. придерживается сдержанной, рациональной тактики («просить»–«возразить»–«пояснить») и не реагирует на последнее замечание, то Б. подчеркнуто эмоционален («выразить обиду»–«упрекнуть»).

Иная картина складывается в ситуации совместного времяпрепровождения, когда на первый план выходит фатическая линия общения. Основная канва фатических диалогов, записанных во время ожидания (очереди в различных организациях, на остановке, в транспорте), – обмен мнениями и представление себя в определенном свете.

В состав ВИН «побудить к диалогу / обсуждению» входят интенции – «привлечь внимание» («*Какие ребята молодцы! //*»), «поинтересоваться» («*Я смотрю / это у вас парик такой хороший? //*»), «выразить мнение, поделиться мнением» («*Заблудился что ли / Не понятно что он здесь делает //*»).

ВИН «поддержать общение» включает в себя интенции «продемонстрировать понимание собеседника» («*Да / точно!*», «*Я так*

и подумал»), «выразить мнение» («Конечно / ей всё равно //»; «Надо попробовать ЭКО / эффективный метод //»; «Какое платье восхитительное!»).

Поддержание коммуникативного контакта с незнакомцем, обусловленное желанием субъекта сообщить другому свое мнение, проявить эмоции – неотъемлемая часть повседневного общения в российской коммуникативной культуре. Искренность, эмоциональность, общительность, открытость, прямота являются «этнокультурными концепциями» общения россиян (Дементьев, 2013). В связи с этим при изучении повседневного дискурса в условиях взаимодействия незнакомых коммуникантов мы выделяем ВИН «поддержать общение» (но не отношения).

Этикетные формы ВИН «проявить вежливость» включают в себя две интенции «принести извинения – принять извинения» («Извините / как я не ловко //» – «Не страшно //»), приветствовать («Здравствуйте! //», «Добрый день //»).

Для ВИН «защитить свою позицию» (самоохранительные интенции) характерны интенции «оправдаться» («Я откуда знаю / что вы будете делать») и «осуществить самопрезентацию» («Вы так похожи на мою дочь! //»).

ВИН «изменить мнение партнера» проявляет столкновение интересов коммуникантов. Наибольший вес здесь составляют интенции «выразить свое мнение» («Все вы одним миром мазаны //»; «Со всем народ озверел // Куда катимся? //»), «выразить сомнение» («Всё может быть», «Не знаю»), «возразить» («Нет / так нельзя»), «критиковать» («Постриглась бы налысо / что ли //»; «Если у вас проблемы / не надо на других срывать своё зло! //»), «осуществить самопрезентацию», «дать совет» («Ищи женщину, что б постарше тебя была»).

ВИН «выступить против партнера» проявляется в диалоге реже, нежели ВИН «изменить мнение». Однако имеет резко выраженный негативный оттенок. Здесь чаще всего встречаются интенции «осудить» («Совсем девки обнаглели // Становятся на мужиков похожи //»), «обвинить» («Понаехали тут всякие! //»), «упрекнуть / выразить недовольство» («Ну / что это такое? // Рук что ль нет? // Трудно передать? //»).

Следует отметить, что «проблемный» и «отношенческий» планы в большинстве исследуемых диалогов тесно переплетены. Переход к изменению модели ситуации адресата связан с коммуникативными ходами, направленными на передачу своих эмоций и отношения с целью вызвать определенный отклик («Всю кровь из меня выпила. Стерва!», «Какие ребята молодцы!»). С желанием убедить собесед-

ника связаны попытки трансляции своего опыта в самых разных областях жизни («Дэу-узбечка / нормальная машинка! Я на нее не жалуясь», «На десять лет [жена старше] // Та, которая постарше, лучше молодой в десять раз //», «Им нельзя здесь летать / я по МЖК знаю // Сколько жалоб писали!»). Некоторые интенции, связанные с выражением мнения, близки сентенциям («А вот ты попробуй с теперешней молодой женой проживи без работы // Ты без работы, она без работы // Я посмотрю потом на вас»).

Игнорирование, неприятие человека в какой-то мере объясняется этикетными ограничениями на контакт с незнакомыми людьми. Кроме того, обращает на себя внимание разное ролевое поведение незнакомых адресата и адресанта, возможность проявления коммуникативного неравенства. Адресант общения в русской коммуникативной культуре нередко более активен, чем адресат. Ему приписывается регулятивность и допустимость вмешательства в личную сферу адресата. По мнению И. А. Стернина (2001), в традиции русского общения предупреждать незнакомых о неприятностях, о непорядке в одежде, о возможных материальных потерях; принято указывать, где лучше встать, куда лучше сесть в транспорте, куда поставить сумки и т. д. А со стороны адресата, как показывает материал нашего исследования, часто наблюдается коммуникативная пассивность, нежелание продолжать коммуникацию. Даже предложение помощи может вызывать протест.

Приведем пример такого диалога.

Диалог 2. Ситуация: холодный, осенний вечер. Участники: девушка лет 25, пьяный мужчина неопределенного возраста (лежит близ проезжей части дороги)

Д. Мужчина / вставайте [пытается поднять мужчину] // Вставайте, холодно // С вами всё в порядке? Да вставайте же! Я сейчас скорую вызову!

М. Не надо! О-отстань!

Д. Вставайте! Вы простудитесь!

М. А тебе чё надо? Хошь [хочешь] денег?

Д. Мне не надо денег // Мне надо / чтоб вы встали //

М. Зачем? Чё те надо? Чё / серьезно / деньги нужны?

Д. Поздно уже // вы простудитесь или замерзнете насмерть!

М. Н-не замерзну! Те [тебе] какое дело?

Данный пример показывает, что участие незнакомца воспринимается негативно, расценивается как неискреннее, корыстное.

Вторая группа проанализированных диалогов относится к сфере *официального повседневного общения* («менеджер–клиент», «посредник–покупатель»). Результаты интент-анализа показали, что в ситуации формального общения между незнакомыми людьми ведущие интенциональные направленности различаются у носителей разных социальных ролей. Взаимодействие подчинено конкретным выгодам обоих коммуникантов – стремлению удержать, привлечь клиента, соблюсти экономическую выгоду и защитить интересы организации, с одной стороны, и получить услугу (продукт), возместить ущерб, соблюсти свои интересы – с другой.

Побуждение к диалогу / контакту не является специальной задачей в ситуации формального взаимодействия: представитель организации готов к контакту и отвечает на вопросы. Цель коммуникации известна заранее, она связана с оказанием услуг, хотя и задается параметрами ситуации (принятие претензии, предложение услуг, отказ от услуг).

В ситуации формального общения для «клиента» характерны следующие ведущие интенциональные направленности: ВИН «выразить претензию», ВИН «изменить мнение», ВИН «поддержать диалог / скоординировать действия».

ВИН «выразить претензию» представлена частными интенциями «выразить недовольство» («У вас всегда так / виноват клиент //», «Тоже мне / взяли манеру набрасываться на покупателя! //»), «пожаловаться» («Да // Понимаете / если б он разговаривал со мной не в таком тоне / а немного по-другому //»).

ВИН «изменить мнение» представлена частными интенциями «критиковать» («Как вы считаете / приезжает к вам хёндай // Вашим клиентам очень приятно такое обращение ваших сотрудников?»), «аргументировать» («У меня машинка у вас обслуживается // У меня уже закончилась гарантия //»), «возразить» («Но 15:00 и 15:50 это не одно и тоже //»), «сообщить» («Я уже второй раз сдаю этот анализ //»), «выразить иронию» («Ты где здесь видишь молодого человека?»).

ВИН «поддержать диалог / скоординировать действия» включает интенции «пояснить» («Завтра я работаю до девяти часов //»), «выразить согласие» («Я / не против / отлично //»; «Ради Бога / давайте! //»), «сообщить» («Я могу вам дать телефон / с которого звонили //»).

Обращение с претензией является основной целью взаимодействия, при котором «нападающей» стороной является клиент, заинтересованный в решении возникшей проблемы в свою пользу. Рассмо-

трим две типичные ситуации, в государственном и коммерческом учреждении. Кстати, такая организация сравнительного исследования характерна для современной экономической психологии, в которой изучаются экономико-психологические феномены в условиях разных форм собственности на предприятиях и в организациях (Проблемы экономической психологии, 2004, 2005; и др.).

Направленность представленного ниже диалога содержится в иницилирующей интенции «выразить недовольство», которая повторяется в большинстве коммуникативных ходов коммуниканта К.

Диалог 3 (в поликлинике)

К.: *Что / не работает? // Понаставили этих железяк! // А завтра телефон отключат / и что тогда? // У вас что / и телефон не работает?*

А.: *У нас телефон работает / но запись на прием к врачу только через терминал.*

К.: *Что же теперь человек должен помирать что ли? // Тогда привезите грузовик / соберите все эти железки и телефоны и вывезите их на свалку.*

А.: *Зачем же на свалку? // Они работают.*

К.: *Как это работают / если они сейчас не работают?*

А.: *Я вам предлагаю другой вариант – записаться через Интернет.*

К.: *Так это что выходит? // Интернет сломался / и булочная хлеб не будет печь / да? // Нет / ну зачем это делать? // Раньше не было Интернета / раньше сидела тетя Поля и выписывала накладную / и товары возили по магазинам.*

А.: *Хотели сделать как лучше / чтобы удобно было людям.*

К.: *Лучше! // А если вот это вот всё пойдет наоборот / то и ракеты сами полетят / И что тогда будет?*

А.: *Ну-у-у!*

К.: *Ну / что ну?*

А.: *Бывает!*

К.: *Бывает // Безобразия!*

При воздействии коммуниканта К. на первом месте стоит попытка изменить ситуацию – решить сложившуюся проблему, предъявить претензию. Изменение мнения или модели ситуации коммуниканта А. как представителя государственной организации является второстепенной задачей. Тем не менее претензия К. подкрепляется аргументацией, обоснованием своего права на недовольство – апелляцией к долгу («*Что же теперь человек должен помирать что ли?*»), указанием на логические ошибки («*Как это работают, если они сей-*

час не работают?»), доведением ситуации до абсурда («А если вот это вот всё пойдет наоборот, то и ракеты сами полетят»). Указание-инструкция в действительности не несет в себе функции побуждения партнера к какому-либо конкретному действию («Тогда привезите грузовик, соберите все эти железки и телефоны и вывезите их на свалку»), но выражает критику, подчеркивает бесполезность нововведений и беспомощность организации в оказании услуг. Многократно повторяемая интенция «выразить недовольство» в данном диалоге составляет ВИН выразить свое состояние. Попытки привлечь к ответственности представителя учреждения безуспешны, при этом сопротивление последнего пассивно («Ну-у-у»), его возражения не убеждают посетителя (А.: *Зачем же на свалку? Они работают.* – К.: *Как это работают, если они сейчас не работают.*). Хотя заметно стремление А. защитить интересы организации («Хотели сделать как лучше / чтобы удобно было людям», «Бывает!»), но желание помочь клиенту или поддержать его не выражено. Так, например, предложение «записаться через интернет» не соответствует запросу посетителя, лично пришедшего за медицинской помощью.

В сходной ситуации в диалоге между субъектами в негосударственной организации ВИН клиента «выразить претензию» (недовольство) перемежается с ВИН привлечь к решению проблемы (побудить к действию) (диалог 4).

Диалог 4 (в коммерческом автосалоне)

К.: *Кто мне может сказать?* //

М.: *Я / менеджер // Я вас слушаю.*

К.: *Так / значит-значит я к вам // Ну / во-первых / о самом насущном //*

К.: *Я сейчас к вам подъехала / и перед входом не было мест // Было здесь / рядышком / между вашими машинами //*

М.: *Так //*

К.: *Вы сами понимаете / что идет дождик // Вот //*

М.: *Ага //*

К.: *Ваш техник / а-а-а / Сергей Денисович // Понимаете / если бы он разговаривал со мной не в таком тоне / а немного по-другому // Но информация / которую он сообщает! //*

М.: *Да / вы мне расскажите поподробнее! //*

К. [удивленно]: *Я вам должна рассказывать подробно //*

М.: *Нет / вы мне просто расскажите / что вам не понравилось //*

К.: *Он / знает? / Я сейчас вам покажу // Вот так вот / стучит по стеклу // Орет: «Отъезжайте отсюда!»*

М. [кивает головой]: *Ага / Понятно //*

Раздел 1

К.: Я говорю: «Нет места!» Здесь навалом места!» // Как вы считаете / приезжает к вам хендай // Вашим клиентам очень приятно такое обращение ваших сотрудников? //

М.: Ну / конечно нет // Согласен / согласен //

К.: Значит / это первая ситуация сегодня // Вторая ситуация сегодня //

[помолчав] Я уже с вами общаюсь три дня // У нас с вами не складываются отношения / почему-то //

М.: Угу //

К.: Не знаю. Видимо / вы не хотите складывать // Может у вас там какие-то свои трудности? // У меня машинка у вас обслуживается // У меня уже закончилась гарантия //

М.: Угу //

К.: Может быть вы слышали / потому что я разговаривала с вашим оператором / и потом разговаривала а-а-а [задумалась] Я не помню / сейчас вам не скажу // Сегодня от вас должен был приехать техник / э-э-э в пятнадцать ноль-ноль //

М.: Так / ваш адрес //

К.: Корпус восемнадцать одиннадцать // Чтобы завести мою машину / и мы должны были привезти ее сюда // Мне в понедельник уезжать / а я не могу с вами договориться о машине // Кроме того: периодически сталкиваюсь с каким-то хамством на территории вашего салона //

М.: Я понял // Машина сейчас здесь у вас? //

К.: Нет / машина у дома //

М.: Сейчас наша задача какая? // Завести автомобиль // Правильно я понимаю? //

К.: Значит / ваша задача [задумалась] / э-э-э / хочу увидеть этого мальчика и услышать от него / что он так общаться не будет впредь с клиентами салона // Второе // Урегулирование вопроса доставки моего автомобиля сюда к вам / потому что я в понедельник уезжаю //

М.: Угу // Если автомобиль завести // То есть / ну есть пусковые устройства / и довести вы сможете самостоятельно? //

К.: Ради Бога / давайте! //

М.: То есть / если мы сейчас отправим к вам соответственно к вам ну человека с пусковым устройством / автомобиль заведется // вы придете сюда / в наш сервисный центр / и соответственно пойдет какой-то момент по...

К. [перебивая]: Я не против // Я для этого и приехала //

М.: Отлично //

В представленном диалоге интенции клиента К. «пояснить», «сообщить», «пожаловаться», «выразить недовольство» (на сотрудника организации) встречают конструктивные реакции («уточнить», «запросить информацию», «обозначить проблему», «предложить решение») и нейтральный отклик – «обозначить понимание партнера» («Угу», «Так. Понятно»), запросить информацию. В ситуации взаимодействия коммуникант К. озвучивает две задачи – получить извинения от сотрудника и получить услугу, а коммуникант М. – с одной стороны, принимает недовольство клиента и «рассеивает» его («расскажите подробнее»), а с другой, предлагает конкретный компромиссный вариант разрешения ситуации, снижая ее конфликтность. При этом неизбежным оказывается «побочный эффект» пассивного обсуждения проблемы: сам диалог «затягивается», клиент в десятках реплик выражает недовольство – менеджер переспрашивает и переходит к конструктивным предложениям только в самом конце взаимодействия.

Взаимодействие в обоих рассмотренных случаях для клиентов построены на выражении недовольства (ВИН «выразить претензию») и попытки привлечь организацию к решению проблемы, получить услугу (ВИН «выразить претензию»). Для коммерческой организации поддержание положительного образа (интенция: осуществить самопрезентацию, оправдаться, аргументировать) и нейтральные интенции из ВИН поддержать диалог (уточнить, пояснить, информировать) в целом направлены на привлечение и удержание клиента (соответствующая ВИН). ВИН «изменить мнение» содержит интенции «убедить», «оправдаться», «пояснить», «информировать», однако они содержатся в единичных ходах, не представляют связанной линии аргументации. В аналогичном случае в государственном учреждении представитель сопротивляется воздействию, реализуя ВИН поддержать позитивный образ организации, которая при этом не подкрепляется ВИН удержать клиента – напротив, недовольство последнего усиливается, встречая интенции администратора «возразить» и «оправдаться».

Иначе выглядит взаимодействие между клиентом и представителем организации в ситуации, когда намерения последнего направлены на удержание клиента (диалог 5).

Диалог 5 (в коммерческом банке после начала событий на Украине)

М.: *Здравствуйте! // Я вас слушаю //*

К.: *Я хочу закрыть счет //* (подает паспорт)

М. [находит информацию в компьютере]: *У вас же срочный вклад! // Срок заканчивается в июне //*

Раздел 1

К.: Я знаю //

М.: Понимаете / согласно договора / вы существенно потеряете проценты по вкладу //

К.: Ну / что поделаешь! // (разводит руками)

М.: Извините / что-то непредвиденное случилось? //

К.: Сами знаете / телевизор поди смотрите //

М.: Украину имеете в виду? //

К.: А то! // Упадет рубль / еще больше денег потеряю //

М.: Наш банк находится в списке номер один / счета застрахованы государством //

К.: Я же не собираюсь держать деньги дома // Куплю валюту //

М.: А вы не собираетесь жить в России? //

К.: Как это? // Я буду тут жить //

М.: Но здесь же рублевая зона // Сейчас вы потеряете при закрытии счета / потом на покупке валюты / и опять / меня валюту на рубли //

К.: И что мне делать? //

М.: Оставьте все как есть! // Это надежнее //

К.: Пойду / посоветуюсь с бабкой // Может / впрямь зря суетимся? //

В представленном диалоге ведущая направленность менеджера удержать клиента через убеждение («счета застрахованы», «здесь же рублевая зона») достигает желаемого результата – посетитель остался клиентом банка, изменив свое первоначальное решение («Может / впрямь зря суетимся? //»).

В приведенной ниже таблице 2 обобщены результаты интент-анализа, касающегося групп диалогов между собеседниками в формальном статусе.

Сравнительный анализ выраженности интенций в диалогах, записанных в разных социально-коммуникативных контекстах, позволил выявить особенности интенциональной организации диалоговых форм дискурса в официальной и неофициальной ситуациях общения, охарактеризовать типичные для них сочетания ВИН и характер реализуемого в их последовательности взаимодействия коммуникантов.

Было показано, что обращение с претензией является основной целью взаимодействия, при котором «нападающей» стороной является клиент, предъявляющий представителю организации (менеджеру) те или иные претензии. Большая часть коммуникативных ходов в репликах клиента представлена ВИН «выразить претен-

Таблица 2
 Ведущие интенциональные направления коммуникантов в повседневных диалогах
 между собеседниками в формальном статусе

Организация		Клиент	
ВИН	Частные интенции	ВИН	Частные интенции
Поддержать диалог	Уточнить («Вы мне просто расскажите / что вам не понравилось», «Значит / вы его меняете / Да?»); информировать («Я менеджер / я вас слушаю», «Вчера ваш заказ был оформлен»); запросить информацию («Так / ваш адрес?», «Кто ваш менеджер?»); обозначить «слушание» («Ага», «Так», «Да»)	Выразить претензию	Предъявить претензию («Сколько я должна еще ждать», «Мне в понедельник уезжать / а я не могу договориться с вами о машине»); пожаловаться («Да // Понимаете / если б он разговаривал со мной не в таком тоне / а немного по-другому»)
Изменить мнение	Информировать («Завтра наш эвакуатор заберет вашу машину»); пояснить («Потому что мы работаем до 20.00»); оправдаться («У меня вчера был выходной»); убедить («Думаю / это оптимальный вариант»)	Изменить мнение	Критиковать («Вы думаете / вашим клиентам приятно такое обращение»); аргументировать («Нет / завтра у меня просто не будет времени»); возразить («Такой вариант мне не подходит»); выразить иронию («У вас вообще потрясающие техники»)
Выяснить информацию / скоординировать действия	Запросить информацию («В чем проявляются проблемы с вашим автомобилем»); информировать («Завтра мы вас ждем утром / к 10.00»); выразить согласие («Ради Бога / давайте»)	Поддержать диалог / скоординировать действия	Пояснить («Мне после диагностики сказали / что причина – аккумулятор»); сообщить («На сегодняшний день у меня третий аккумулятор»); выразить согласие («Я не против / Я для этого и приехала»)

зию» и «изменить мнение» партнера о возможности решения возникшей проблемы.

В свою очередь, представитель организации нацелен на «изменение мнения» клиента, при этом он пытается избежать конфликта и «удержать клиента», скоординировать действия, позволяющие решить проблему, пояснить, оправдаться и т. д. Нейтральные интенции ВИН «поддержать диалог» выражают попытки конструктивного решения обозначенной проблемы, с одной стороны, и направлены на координацию действий, с другой – на выяснение и получение информации. Интересно отметить, различия в речевых проявлениях представителей организации в государственных и коммерческих учреждениях. Вернемся к диалогу 3 (в поликлинике). Здесь сопротивление представителя организации пассивно, его возражения не убеждают посетителя. Хотя заметно стремление защитить интересы организации, но желание помочь клиенту или поддержать его не выражено. Представитель учреждения сопротивляется воздействию (см. также: Психологическое воздействие..., 2012, 2014), реализуя ВИН поддержать позитивный образ организации, которая при этом не подкрепляется ВИН удержать клиента, напротив, недовольство последнего усиливается, встречая интенции администратора «возразить» и «оправдаться». В сходной ситуации – предъявления претензии – в диалоге между субъектами в негосударственной организации (диалог 4 в автосервисе) менеджер, с одной стороны, принимает недовольство клиента и «рассеивает» его, а с другой – предлагает конкретный компромиссный вариант разрешения ситуации. Для коммерческой организации поддержание положительного образа (интенция: «осуществить самопрезентацию», «оправдаться», «аргументировать») и нейтральные интенции из ВИН «поддержать диалог» («уточнить», «пояснить», «информировать») в целом направлены на привлечение и удержание клиента (соответствующая ВИН). ВИН «изменить мнение партнера» содержит интенции «убедить», «оправдаться», «пояснить», «информировать», однако они содержатся в единичных ходах, не представляют собой связанной линии аргументации.

Обращает на себя внимание общая для коммуникантов ведущая направленность, обозначенная как «изменить мнение». Здесь прослеживается стремление собеседников повлиять на представления, оценки, отношение к проблеме и установки друг друга, склонить партнера на свою сторону.

Следует отметить, что каждая из выделенных в исследовании ВИН отличается от других преобладанием тех или иных част-

ных интенций. Результаты статистического анализа подтверждают различия и между частотой встречаемости аналогичных интенций в разных ведущих типах направленности. Так, между интенциями «сообщить», «запросить информацию», «информировать», сравниваемыми попарно, были зафиксированы статистически значимые различия (при $p < 0,05$, угловое преобразование Фишера).

В ситуации неофициального общения выделялись две формы взаимодействия. Первая («проблемное» взаимодействие) – короткое информационное взаимодействие, при котором согласованные ВИН «запросить информацию» – «предоставить информацию» выполняют двойную функцию. Это и «побуждение – поддержание диалога», и «просьба – оказание помощи» (предоставление информации). В контексте просьб, осуществляемых по типу замечаний, имеют место иницирующие интенции, направленные на защиту своих интересов в виде побуждения к действию или его упреждения (интенции: «привлечь внимание», «сообщить» и др.). Однако эти просьбы по своей форме часто не подразумевают вариантов отказа, приближаясь к указаниям (*«Не загораживайте стекло / проходите вглубь салона! //»*). Коммуниканты в коротких просьбах-указаниях сообщают о своих намерениях, поясняют свои действия (*«Мужчина / на следующей выходите? // – «Нет / проходите!»*). Ответные реакции выражают согласие адресата или содержат самоохранительные интенции («выразить недовольство коммуникантом», «оправдаться»).

Вторая форма неофициального общения («отношенческое» взаимодействие) выделена в ситуациях «вынужденного» совместного времяпрепровождения (при ожидании в очереди, транспорте или просто при нахождении потенциальных коммуникантов рядом в течение определенного времени). Здесь на первый план в организации диалога выходят фатические интенции «поговорить», «сообщить», «поделиться», при этом интересы собеседников не сталкиваются. Интенции «выразить мнение», «привлечь внимание», «сообщить» направлены на вовлечение незнакомого собеседника в диалог. В разворачивающейся беседе часто реализуется самопрезентация, направленная на формирование образа компетентного, опытного, знающего собеседника. В этом случае особое место в разговоре приобретает ВИН «осуществить самопрезентацию», ориентированная на изменение мнения собеседника, а не на защиту интересов, как в указанных выше «проблемных» диалогах.

Заключение

Интеннт-анализ диалоговых форм повседневного дискурса, носителями которого являются незнакомые между собой люди, выявил различия в интенциональной организации диалогов, записанных в разных социально-коммуникативных ситуациях.

В ситуациях формального общения цель коммуникации известна заранее, она связана с оказанием услуг, хотя и задается параметрами ситуации. Клиент предъявляет претензии, пытается привлечь организацию к решению проблемы, получить услугу, а представитель организации готов к контакту и отвечает на вопросы. В этой ситуации взаимодействие подчинено конкретным выгодам обоих коммуникантов – стремлению удержать, привлечь клиента, соблюсти экономическую выгоду и защитить интересы организации, с одной стороны, и получить услугу (продукт), возместить ущерб, соблюсти свои интересы, с другой. При формальном взаимодействии ВИН собеседников различаются у представителей разных ролей: для «клиента» характерны ВИН «обозначить проблему / привлечь организацию к ее решению» (сообщить, критиковать, привлечь внимание, просить), ВИН «выразить претензию» (выразить недовольство, удивление, пожаловаться). Со своей стороны представитель организации стремится «привлечь/удержать клиента» (предложить решение, уточнить, принести извинения), «изменить мнение» клиента (информировать, пояснить, оправдаться, убедить).

В ситуации неофициального общения выделялись две формы взаимодействия. Первая (проблемное взаимодействие) – короткое информационное, при котором согласованные ВИН «запросить информацию – предоставить информацию» выполняют двойную функцию. Это и «побуждение – поддержание диалога», и «просьба – оказание помощи» (предоставление информации). Вторая форма неофициального общения (фатическое взаимодействие) выделена в ситуациях «вынужденного» совместного времяпрепровождения: на первый план здесь выходят фатические интенции «поговорить», «сообщить», «поделиться», при этом интересы собеседников не сталкиваются. Интенции «выразить мнение», «привлечь внимание», «сообщить» направлены на вовлечение незнакомого собеседника в диалог.

Характер взаимодействия коммуникантов предполагает разовые краткосрочные контакты, при которых поддержание коммуникативного равновесия и доброжелательных отношений не является обязательной «глобальной интенцией» собеседников.

В перспективе исследования целесообразно увеличить объем эмпирического материала (диалогов повседневного общения), с включением образцов конфликтного диалога для выработки критериев конфликтности и тактик, направленных на изменение мнения адресата. Интересным и перспективным можно считать изучение общения между незнакомыми людьми в плане возрастных и профессиональных особенностей. Поскольку общение незнакомых всегда сопряжено с риском коммуникативных неудач, большое значение имеет его изучение и с позиций культуры общения и речи.

Литература

- Воронин А. Н., Горюнова Н. Б.* Специфика научного дискурса в исследованиях по проблеме способностей // Ситуационная и личностная детерминация дискурса. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. С. 77–95.
- Голуб И. Б.* Стилистика русского языка. М.: Айрис-Пресс, 2010.
- Гребенщикова Т. А.* Интенциональная организация семейного дискурса: Дис. ... канд. психол. наук. М.: Институт психологии РАН, 2012.
- Гребенщикова Т. А., Зачесова И. А.* Реализация отношений доминирования–подчинения между членами семьи в повседневном дискурсе // Экспериментальная психология. 2011. Т. 4. № 4. С. 75–87.
- Гребенщикова Т. А., Зачесова И. А.* Интенциональный аспект взаимодействия в семейном диалоге // Вопросы психолингвистики. 2012. № 16. С. 106–114.
- Гребенщикова Т. А., Зачесова И. А.* Психология повседневного дискурса: Интенциональный аспект. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014.
- Дементьев В. В.* Коммуникативные ценности русской культуры: категория персональности в лексике и прагматике. М.: Глобал Ком, 2013.
- Дискурс в современном мире. Психологические исследования / Под ред. Н. Д. Павловой, И. А. Зачесовой. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2011.
- Журавлев А. Л., Павлова Н. Д.* К междисциплинарной проблематике дискурса (Вместо предисловия) // Ситуационная и личностная детерминация дискурса. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. С. 6–12.
- Зачесова И. А.* Интенциональные особенности речи в непринужденном общении // Психологические исследования дискурса. М.: Пер Сэ, 2002. С. 141–150.

- Зачесова И. А.* Взаимопонимание и взаимоотношения собеседников в семейном диалоге // Гуманитарный вестник Переяслав-Хмельницкого государственного педагогического университета им. Григория Сковороды. Украина, Переяслав-Хмельницкий, 2007. С. 149–153.
- Зачесова И. А., Гребенщикова Т. А.* Взаимоотношения собеседников в диалоге // Ситуационная и личностная детерминация дискурса. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. С. 162–184.
- Китайгородская М. В., Розанова Н. Н.* Языковое существование современного горожанина: На материале языка Москвы. М.: Языки славянских культур, 2010.
- Кубрак Т. А.* Интенция самопрезентации субъекта в различных видах дискурса // Ситуационная и личностная детерминация дискурса / Под ред. Н. Д. Павловой, И. А. Зачесовой. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. С. 185–204.
- Кубрак Т. А.* Интенция самопрезентации субъекта в вербальной коммуникации: Автореф. дис. ... канд. психол. наук. М.: Институт психологии РАН, 2009.
- Латынов В. В.* Психология коммуникативного воздействия. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2013.
- Латынов В. В.* Стили речевого коммуникативного поведения: структура и детерминанты // Психологический журнал. 1995. Т. 16. № 6. С. 90–100.
- Личность профессионала в современном мире.* М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2013.
- Макаров М. Л.* Основы теории дискурса. М.: ИТДГК «Гнозис», 2003.
- Павлова Н. Д.* Диалог и его интенциональная организация // Слово в действии. Интент-анализ политического дискурса. СПб.: Алетейя, 2000. Гл. 4. С. 147–262.
- Павлова Н. Д.* Коммуникативная функция речи: интенциональная и интерактивная составляющие: Автореф. дис. ... докт. психол. наук. М.: Институт психологии РАН, 2000.
- Павлова Н. Д.* Интент-анализ дискурса // Коммуникативные исследования / Под ред. И. А. Стернина. Воронеж–Ярославль: Истоки, 2003. С. 19–24.
- Павлова Н. Д.* Психология дискурса // Психология XXI века. Учебник для вузов / Под ред. В. Н. Дружинина. М.: Пер Сэ, 2003. С. 396–414.
- Павлова Н. Д.* Интерактивный аспект дискурса: подходы к исследованию // Психологический журнал. 2005. Т. 26. № 4. С. 66–76.
- Павлова Н. Д., Алмаев Н. А., Зачесова И. А., Латынов В. В., Шустова Л. А.* Интент-анализ вербальной коммуникации // Проблемы

психологии дискурса. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005. С. 28–42.

Павлова Н. Д., Журавлев А. Л. Предисловие // Психологическое воздействие в межличностной и массовой коммуникации. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014. С. 5–7.

Проблемы фундаментальной и прикладной психологии профессиональной деятельности. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2008.

Проблемы экономической психологии. Том 1. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004.

Проблемы экономической психологии. Том 2. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005.

Психологическое воздействие: механизмы, стратегии, возможности противодействия. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012.

Психологическое воздействие в межличностной и массовой коммуникации. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014.

Слово в действии: Интент-анализ политического дискурса / Под ред. Т. Н. Ушаковой, Н. Д. Павловой. СПб.: Алетейя, 2000.

Совместная деятельность в условиях организационно-экономических изменений. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1997.

Совместная деятельность: методы исследования и управления. М.: Институт психологии РАН, 1992.

Стернин И. А. Введение в речевое воздействие. Воронеж: Кварта, 2001.

ПСИХОДИАГНОСТИКА ДИСКУРСИВНЫХ СПОСОБНОСТЕЙ: ОПЫТ РАЗРАБОТКИ МЕТОДИЧЕСКИХ СРЕДСТВ*

А. Н. Воронин

Диагностика способностей опирается на дифференциально-психологическое понимание способностей, восходящее к Ф. Гальтону, предложившему рассматривать способности как некоторые свойства психики, которые отличают людей друг от друга и позволяют объяснить их творческие достижения (Galton, 1883, 1892). Б. М. Теплов дал наиболее популярное в нашей стране определение способностей как индивидуально-психологических особенностей, определяющих успешность выполнения деятельности и легкость ее освоения, но не сводимых к знаниям, умениям и навыкам (Теплов, 1989). В полной мере данная традиция представлена в рамках системной парадигмы В. Д. Шадрикова, рассматривающего способности как свойства функциональных систем, реализующих отдельные психические функции, имеющие индивидуальную меру выраженности и проявляющиеся в успешности и качественном своеобразии освоения и реализации деятельности (Шадриков, 1994). Можно указать несколько основных парадигм, в рамках которых описывается и раскрывается понятие «способность»: феноменологическая, деятельностная, психометрическая, системная (Воронин, Горюнова, 2011). Но в любой из парадигм смысловым «окружением» собственно понятия способности (Дружинин, 2007) является другое понятие – «деятельность» (Ломов, 2006). Способности определяют эффективность деятельности, в ней развиваются и совершенствуются. Введение понятия дискурсивные способности предполагает наличие специфической деятельности – дискурсивной.

В наиболее общем понимании *дискурс* представляет собой различные виды разговорной практики и трактуется как «коммуника-

* Публикация подготовлена при финансовой поддержке РГНФ, проект № 16-06-00433.

тивное событие в прагматическом контексте» (Дейк, 1989). Дискурс одновременно обращен и к ситуации (социокультурный контекст задает правила ведения разговора и соответствующие формы выражения), и к человеку (собеседники взаимодействуют друг с другом, оказывают влияние, выражают свои мнения, интенции, представления об окружающем мире) (Павлова, 2003). Дискурс раскрывается как форма целенаправленного, соотнесенного с партнером и обстановкой вербального поведения, обеспеченного сложной системой знаний, – коммуникативной компетенцией говорящих (Павлова, 2002). Дискурс безусловно зависит от разнообразных когнитивных факторов, при этом *языковые способности* являются наиболее значимыми: они определяют легкость и быстроту приобретения лингвистических знаний и освоения правил анализа и синтеза единиц языка, позволяют строить и анализировать предложения, пользоваться системой языка для коммуникативно-речевых целей (Журавлев, Павлова, 2007; Дискурс в современном мире, 2011).

Наиболее общее определение языковых способностей дано А. А. Леонтьевым, который предлагает их рассматривать как совокупность психологических и физиологических условий, обеспечивающих усвоение, производство, воспроизводство и адекватное восприятие языковых знаков членами языкового коллектива (Леонтьев, 1965). Данное определение скорее отражает лингвистическое понимание языковых способностей. Если же рассматривать способность к языкам в собственно психологическом смысле, то она воспринимается как индивидуально-психологическая особенность, которая объясняет легкость и быстроту приобретения знаний о языке, правил анализа и синтеза его единиц, позволяющих формулировать предложения, использовать систему языка для коммуникативно-речевых целей. Языковые способности обеспечивают скорость овладения языком (родным и неродным), а также эффективность использования языка в процессе коммуникации, зависящие от индивидуальных качеств (уровня развития интеллекта, предшествующего опыта, способности накапливать и систематизировать информацию, принадлежности к психологическому типу, физического развития, мотивации и т. п.) (Кабардов, 2003).

В общих языковых способностях обычно выделяют две составляющие: *лингвистическую*, определяющую усвоение основ языка и *коммуникативную*, определяющую успешное проведение коммуникации. Первая носит более обязательный характер – знание языковых моделей, правил изменения и сочетания слов, общеупотребительной лексики; вторая, связанная с такими «околоязыко-

выми» явлениями, как варианты произношения, словоизменения и сочетания слов, выбор синонимов и т. п., носит не столь обязательный характер, допуская индивидуальные отклонения (Смирницкий, 1981). Такие же факторы, как эмоциональная окрашенность, мотивация, интенции говорящих, часто вовсе не принимаются во внимание. А между тем именно эти параметры определяют индивидуальный стиль и коммуникативные аспекты речи и, следовательно, должны быть включены в проблематику дискурса, имеющую дело с текстом, «погруженным в коммуникацию» (Арутюнова, 1990). Собственно *дискурсивные способности* можно определить как способности к освоению и реализации дискурсивных практик, реализующихся на двух уровнях: как ментальная репрезентация данной социальной ситуации и как ментальная репрезентация коллективного субъекта, присвоенная в процессе овладения культурно-историческим опытом (Воронин, Кочкина, 2008). Наличие этого вида способностей позволяет повысить эффективность взаимодействия и адекватного взаимопонимания между людьми в процессе общения, ускоряет процесс выработки стратегии взаимодействия.

Определяя место дискурсивных способностей в общей системе способностей, необходимо обозначить наиболее семантически близкие понятия, определяющие успешность вербального функционирования личности в обществе. Во-первых, это *общий интеллект*, который представляет собой достаточно общую способность к логическому рассуждению, планированию, решению задач, абстрактному мышлению, способность понимать сложные идеи, скорость обучения и способность извлекать пользу из полученного опыта (Психология способностей..., 2015; Современные исследования интеллекта и творчества, 2015; и др.). Следующее значимое понятие – *вербальный интеллект*, способность к вербальному мысленному анализу и синтезу, к решению вербальных задач на определение понятий, к установлению словесных сходств и различий, иными словами, способность к освоению и использованию языка. Третье понятие – *социальный интеллект* – определяется как способность к познанию социальных явлений. Еще одно понятие – *коммуникативная компетенция*, – наиболее тесно связанное с дискурсивными способностями, это «умение человека адекватно организовать свою речевую деятельность соответствующими каждой конкретной ситуации языковыми средствами и способами» (Зимняя, 1989). Также под коммуникативной компетенцией понимается «совокупность социальных, национально-культурных правил, оценок и ценностей,

которые определяют как приемлемую форму, так и допустимое содержание в речи на изучаемом языке» (Верещагин, Костомаров, 1983, с. 52). В связи с этим *дискурсивные способности* предлагается рассматривать как дискурсивный аспект коммуникативной компетенции. Они позволяют человеку инициировать, поддерживать, развертывать и завершать процесс общения, используя при этом языковые средства, соответствующие ситуации. Другой составляющей коммуникативной компетенции являются *лингвистические способности*, характеризующие легкость и быстроту приобретения лингвистических знаний, правил анализа и синтеза единиц языка и позволяющие пользоваться системой языка для коммуникативных целей (Воронин, Кочкина, 2009).

Дифференциация лингвистических и дискурсивных способностей была осуществлена в ходе эмпирической верификации конструкта «дискурсивные способности» (Воронин, Кочкина, 2008) и разработки тестов диагностики лингвистических и дискурсивных способностей. Исследование дискурсивных способностей осуществлялось в условиях становления и формирования способностей в ходе обучения иностранному языку. Шкала дискурсивных способностей основывалась на существующих заданиях, включенных в лексические тесты, и ориентированных на формирование умения адекватно реагировать на высказывания собеседника или правильно инициировать коммуникацию в предложенной ситуации общения. После экспертной оценки были отобраны следующие ситуации: знакомство, ежедневное общение, общение в общественных местах и на транспорте, деловое общение (во время работы/учебы), общение со старшими по статусу или возрасту, общение по телефону. Стимульный материал теста представляет собой краткое описание ситуации общения на английском языке и предложенные на выбор варианты продолжения ситуации (5–6 вариантов). Из предложенных вариантов ответов один-два являются наиболее правильными, столько же вариантов могут быть допустимы, но с точки зрения носителя языка звучат не совсем естественно, остальные варианты не являются подходящими для данной ситуации. Группа стандартизации состояла из 96 человек, изучающих английский язык в возрасте от 17 до 22 лет: школьники и студенты вузов г. Москвы. Уровень согласованности пунктов шкалы оказался достаточно высоким: α Кронбаха = 0,902. Оценка конструктивной, дискриминантной и конвергентной валидности разработанных шкал диагностики дискурсивных способностей оказалась на удовлетворительном и хорошем уровне.

Факторный анализ данных совместного тестирования различных видов интеллекта, дискурсивных и лингвистических способностей показал, что отчетливо выделяются четыре фактора. Первый фактор описывает общий интеллект. Его составляют суммарная шкала IQ (вес – 0,819), логические способности (вес – 0,580), числовые способности (вес – 0,416), вербальные способности (вес – 0,588), осведомленность (вес – 0,816) и скорость мыслительных процессов (вес – 0,751). Второй фактор также определяется как общий интеллект, но в его структуру входят и лингвистические способности с высоким суммарным весом (0,793). Третий фактор – это социальный интеллект, представленный суммарной шкалой, способностью к логическим обобщениям и способностью понимать логику развития ситуации. Четвертый фактор объединяет дискурсивные способности (вес 0,554) и социальный интеллект, а именно способность предвидеть последствия поведения. Таким образом, фактор лингвистических способностей и фактор дискурсивных способностей выделяются в отдельные значимые факторы при анализе структуры интеллекта выборки изучающих английский язык (Воронин, Кочкина, 2008).

Эмпирическое исследование дискурсивных и лингвистических способностей в структуре интеллекта людей, имеющих различный уровень подготовки по иностранному (английскому) языку, показало, что по мере овладения языком и перехода к его свободному использованию происходит дифференциация дискурсивных и лингвистических способностей, а связь этих способностей с факторами интеллекта, в том числе и социального, определяется продолжительностью изучения иностранного языка и спецификой его изучения. Явная дифференциация дискурсивных и лингвистических способностей происходит при изучении специальных курсов, связанных с разными аспектами языка, предполагающих ситуативность его использования.

Разработанная шкала дискурсивных способностей на базе английского языка имеет существенные ограничения: это англоязычная версия методики диагностики дискурсивных способностей при освоении английского языка как иностранного в процессе генеза данной способности. *Диагностика дискурсивных способностей на материале родного языка – отдельная задача*, по сути, предполагающая создание новой методики: требуется замена стимульного материала (другой язык); меняется диагностируемый конструкт – языковая способность взрослых людей вполне сформирована.

Русскоязычная версия теста дискурсивной способности базируется на эмпирических данных о характере современного городско-

го общения (Китайгородская, Розанова, 2003). В современных условиях мегаполиса (Психологические проблемы семьи и личности..., 2012) в общении отражаются следующие *тенденции*: усиление диалогизации устного городского общения, усиление личностного начала, возрождение игровой, карнавальной стихии в жизни города. Китайгородская и Розанова выделяют различные типы коммуникативного пространства: общение дома – общение вне дома, целеориентированная коммуникация – фатическая коммуникация, коммуникация будней – коммуникация праздников, коммуникация рабочего времени – коммуникация свободного времени. Соответственно, каждое коммуникативное пространство отличается специфическим дискурсом. При определении типов дискурса, являющихся базовыми для разработки стимульного материала методики, мы исходили из указанных типов современного городского коммуникативного пространства и учитывали при этом психологические особенности повседневного дискурса (Зачесова, Гребенщикова, 2007).

Пилотная версия методики была разработана на материале повседневной лексики и базировалась на 9 *типах дискурса*: дискурс юмористических сообщений; дискурс телефонных разговоров; семейный дискурс; дискурс деловых взаимоотношений (в основном начальник–подчиненный); дискурс общения преподавателей и студентов; дискурс, характерный для общения в интернете; дискурс в разговорах с незнакомыми и случайными людьми; дискурс при взаимодействии с обслуживающим персоналом, дискурс дружеского общения. Пилотная версия методики дискурсивных способностей состояла из 63 пунктов, каждый из которых представлял собой описание ситуации и разворачивающегося в ней диалога. Открытая форма пункта требовала от испытуемого наиболее адекватного, наиболее подходящего для данной ситуации ответа. На эмпирическом уровне была реализована идея концепта дискурсивных способностей как способностей, позволяющих человеку «иницировать, поддерживать, развертывать и завершать процесс общения, используя при этом языковые средства, соответствующие ситуации» (Кочкина, Воронин, 2009). Ниже приведены примеры открытых пунктов методики диагностики дискурсивных способностей:

11. В книжном магазине вам нужна книга с верхней полки, но вам ее не достать. Продавец замечает ваш внимательный взгляд наверх и спрашивает:
– Хотите, я вам достану эту книгу?
Ваш ответ: ...

32. Представьте ситуацию: вы выложили на торрент-трекер редкую запись известной группы.

Вам пишут:

– Почему такое плохое качество? Зачем выкладывать запись, когда она в таком ужасном состоянии?

Вы справедливо отвечаете: ...

В ходе проведенного пилотного исследования на студентах гуманитарных специальностей (ГАУГН, Московский институт экономики, политики и права) и старшеклассников школы № 539 г. Москвы количество пунктов методики было сокращено с 63 до 34 и разработана α -версия методики с вариантами ответов типа меню. В качестве материала для закрытых пунктов методики использовались наиболее типичные ответы испытуемых в ходе пилотного исследования. Для каждого пункта методики было отобрано 6 ответов: два наиболее удачных ответа, в полной мере соответствующих ситуации, задаваемой диалогом; два ответа, подходящие в меньшей степени, и два ответа, «условно соответствующих», «вроде бы подходящих» к описываемой ситуации. Заведомо не соответствующие ситуации ответы, ответы нелепые и несообразные были отброшены. За «соответствующие» ответы испытуемые получали 2 балла, за «соответствующие в меньшей степени» – 1 балл, за «условно соответствующие» – 0 баллов. В качестве экспертов при отборе ответов для заданий методики выступили сотрудники лаборатории психологии речи и психолингвистики Института психологии РАН.

Количество типов обыденного дискурса в α -версии методики было уменьшено и, соответственно, новая типология обыденного дискурса явилась некоторым обобщением выделенных ранее типов. Пункты методики (описание ситуации и разворачивающийся в ней диалог) относились к 4 типам дискурса: дискурс взаимодействия с незнакомыми и случайными знакомыми, дискурс взаимодействия с близкими и знакомыми людьми, дискурс деловых отношений, интернет-дискурс. Тестовый балл по шкале дискурсивных способностей подсчитывался как сумма баллов по пунктам методики.

Апробация методики осуществлялась в 2013–2014 гг., в ней приняли участие студенты первых курсов гуманитарных специальностей ГАУГН и Московского института экономики, политики и права, старшеклассники московской школы № 539 и гимназии № 1503, преподаватели и учителя образовательных учреждений. Всего в исследовании приняло участие 208 человек (133 женщины и 75 мужчин в возрасте от 17 до 21 года).

Исследование включало групповое тестирование студентов и школьников (группами по 15–35 человек) с использованием следующих методик: тест дискурсивных способностей, краткий отборочный тест, тест социального интеллекта, краткие варианты тестов Торренса и Медника. При этом последовательность предъявления во всех группах была единой. Краткий отборочный тест в адаптации В. Н. Бузина предназначался для быстрой диагностики следующих способностей: способность обобщения и анализа материала, гибкость мышления, инертность мышления и переключаемость, эмоциональные компоненты мышления и отвлекаемость, скорость и точность восприятия, распределение и концентрация внимания, употребление языка и грамотность, выбор оптимальной стратегии, пространственное воображение (Бузин, 1989). В целях выполняемого исследования оценка интеллектуальной продуктивности осуществлялась по трем показателям (вербальный интеллект, невербальный интеллект и интегральный показатель) путем группировки пунктов теста по типам стимульного материала. Для определения уровня социального интеллекта использовался адаптированный вариант теста Дж. Гилфорда и М. Салливена в адаптации Е. С. Михайловой (2006). Вербальная и невербальная креативность диагностировалась с использованием кратких вариантов тестов Торренса и Медника (Воронин, Галкина, 1994; Воронин, 1994). Креативность оценивалась по нескольким показателям: продуктивность, оригинальность, уникальность и гибкость. Дополнительно проводилась экспертная оценка учителями и преподавателями познавательных, в первую очередь языковых и дискурсивных, способностей, «своих» студентов и школьников. Всего в качестве экспертов выступили 9 человек (8 женщин и 1 мужчина в возрасте от 23 до 52 лет). Экспертная 5-балльная оценка особенностей вербального поведения студентов и школьников осуществлялась по следующим шкалам: поддерживает настроение разговора, легко общается с людьми разного статуса, принимает участие в решении групповой задачи, меняет темп разговора соответственно беседе, адекватен при переписке по e-почте с преподавателем, количество интеракций в ходе обучения. Мы предполагали, что указанные шкалы позволяют произвести точную оценку поведенческих признаков дискурсивных способностей человека.

Приведем некоторые психометрические характеристики теста дискурсивных способностей на материале повседневной лексики русского языка. Так, для анализа пригодности пунктов теста первоначально был подсчитан индекс сложности и коэффициент

Раздел 1

дискриминативности по каждому из пунктов. Индекс сложности традиционно определялся на уровне 20% и 80%. Его применение показало, что все 34 пункта теста укладываются в заданные границы. При использовании коэффициента дискриминативности первоначально были отброшены пункты с отрицательными корреляциями по отношению к суммарному баллу по тесту. Далее были исключены задания методики с минимальными коэффициентами корреляции и повышающими α Кронбаха при их удалении. После четырех циклов исключения наименее подходящих пунктов методики α Кронбаха составил 0,752, а количество пунктов методики сократилось до 17. Ниже приведена финальная таблица соотношения

Таблица 1
Статистики соотношения пункта с суммарным баллом
для шкалы из 17 пунктов

№ пункта первоначальной шкалы	Среднее шкалы при удалении пункта	Дисперсия шкалы при удалении пункта	Корреляция пункта с суммарным баллом	Квадрат коэффициента множественной корреляции	α Кронбаха при удалении пункта
1	21,67	19,100	0,355	0,400	0,739
5	21,74	19,249	0,364	0,391	0,738
6	21,62	18,972	0,444	0,508	0,732
7	21,75	19,437	0,298	0,352	0,744
8	22,01	19,942	0,248	0,489	0,748
9	21,70	18,848	0,467	0,419	0,730
11	21,82	19,181	0,407	0,554	0,735
13	21,76	19,070	0,371	0,398	0,738
17	21,80	19,753	0,224	0,424	0,751
18	21,61	20,047	0,224	0,418	0,749
20	21,85	19,822	0,265	0,361	0,746
21	21,82	20,350	0,187	0,420	0,752
23	21,63	19,219	0,331	0,462	0,741
26	21,67	19,392	0,388	0,310	0,737
28	22,10	17,991	0,407	0,412	0,734
31	21,83	19,680	0,266	0,361	0,747
34	21,63	18,302	0,465	0,512	0,728

пункта с суммарным баллом. Отобранные пункты вошли в шкалу диагностики дискурсивных способностей, названную тестом дискурсивных способностей ТДС 17. Для вычислений использовался пакет программ IBM SPSS Statistics 19.0.

В качестве внешнего критерия для оценки *валидности* использовались экспертные оценки преподавателей вузов и учителей, обучающихся студентов и учеников, принявших участие в исследовании. Экспертная 5-балльная оценка особенностей вербального поведения студентов и школьников осуществлялась по следующим шкалам: поддерживает настроение разговора, легко общается с людьми разного статуса, принимает участие в решении групповой задачи, меняет темп разговора в соответствии с ходом беседы, адекватен при переписке по электронной почте с преподавателем, количество интеракций в ходе обучения. Мы предполагали, что оцениваемые каждой шкалой поведенческие феномены являются отличительными признаками дискурсивных способностей человека. В таблице 2 приведена корреляция уровня дискурсивных способностей и экспертной оценки их проявлений.

В целом критериальную валидность теста дискурсивных способностей следует признать удовлетворительной. Наиболее связанными с уровнем дискурсивных способностей оказались показатели «поддерживает настроение разговора» и «меняет темп речи в соответствии с ходом беседы». Вероятно, именно эти характеристики

Таблица 2

Оценка валидности методики дискурсивных способностей по внешнему критерию

Статистика	Показатели	1	2	3	4	5	6	sum
тау-В Кендалла	TDS17	0,47**	0,27**	0,35**	0,46**	0,42**	0,35**	0,39**

Примечания: ** – корреляция значима на уровне 0,01 (2-сторонняя);
TDS17 – показатель дискурсивных способностей по шкале из 17 пунктов;

Экспертная оценка дискурсивных способностей

- 1) поддерживает настроение разговора;
- 2) легко общается с людьми разного статуса;
- 3) принимает участие в решении групповой задачи;
- 4) меняет темп разговора в соответствии с ходом беседы;
- 5) адекватен при переписке по e-почте с преподавателем;
- 6) количество интеракций в ходе обучения;

sum – суммарный балл экспертной оценки дискурсивных способностей.

на поведенческом уровне репрезентируют концепт «дискурсивные способности». Показатель «легко общается с людьми разного уровня» оказался ниже вследствие ограниченности ситуаций взаимодействия экспертов и обследуемых. Вероятно, эти ситуации в основном сводились к отношениям «взрослый–ребенок», «старший–младший» и/или «руководитель–подчиненный».

При составлении методики содержание пунктов отражало четыре типа повседневного дискурса: дискурс взаимодействия с незнакомыми и случайными знакомыми, дискурс взаимодействия с близкими и знакомыми людьми, дискурс деловых отношений, интернет-дискурс. Воспроизведение этой структуры при обследовании выборки стандартизации позволило бы говорить об удовлетворительной *содержательной валидности* методики диагностики дискурсивных способностей. Для оценки этого показателя использовался факторный анализ методом главных компонент с последующим варимакс-вращением. Вклад выделенных факторов в объяснение дисперсии значений представлен в таблице 3 и на рисунке 1.

Интерпретация выделенных факторов позволит понять, насколько эмпирическая структура данных соответствует исходным представлениям о типологии используемых дискурсов обыденных ситуаций. Однако, в первую очередь, следует определиться с количеством интерпретируемых факторов. Если использовать критерий «каменистой осыпи» и проанализировать график собственных значений, то, очевидно, следует выделить два фактора и, возможно, добавить еще два при условии их успешной содержательной интерпретации. Если использовать критерий Кайзера и факторы с собст-

Таблица 3
Полная объясненная дисперсия

Компонента	Начальные собственные значения		
	Итого	% Дисперсии	Кумулятивный % дисперсии
1	3,555	20,910	20,910
2	2,021	11,886	32,796
3	1,677	9,863	42,659
4	1,562	9,187	51,846
5	1,222	7,188	59,034
6	1,043	6,132	65,166

венными значениями, большими 1 (таблица 3), то следует отобразить 6 факторов. Собственно содержательная интерпретация выделенных факторов может быть осуществлена при анализе факторных нагрузок, представленных в таблице 4.

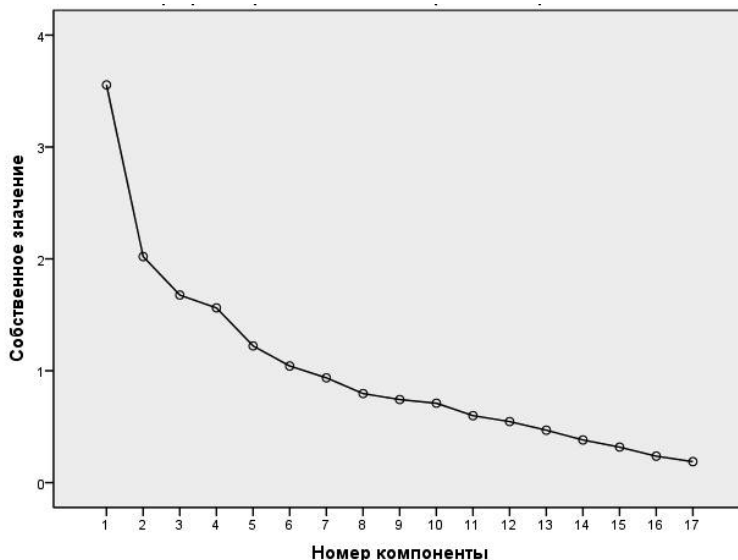


Рис. 1. График собственных значений

Первый фактор (20,91% дисперсии), исходя из содержания пунктов, интерпретируется следующим образом: это дискурс, разворачивающийся в условиях деловых отношений независимо от статуса собеседников. Второй фактор (11,88%), существенно менее весомый, чем первый, содержательно можно интерпретировать следующим образом: положительный полюс – дискурс в условиях несоответствия ситуации и привычного для нее дискурса; непривычная, несообразная для привычной ситуации речь (необычные обращения в телефонных разговорах, странные высказывания на интернет-форумах, нетипичный дискурс в общении с близкими людьми); отрицательный полюс – дискурс в условиях полного соответствия ситуации и разворачивающихся в них диалогах: деловые ситуации – деловой дискурс (дискурс деловых отношений), комичная ситуация – диалог с элементами юмора, общение по интернету – специфический лексикон и характерные для данного дискурса обращения. Третий фактор (9,86%) – дискурс в ситуациях сопротивления партнеров по диа-

Таблица 4

Матрица факторных решений для пунктов методики ТДС17

№ пункта первоначальной шкалы	Компонента					
	1	2	3	4	5	6
1	0,782	-0,108	0,203	0,035	-0,073	0,048
5	0,243	0,694	-0,049	0,047	-0,004	0,223
6	0,037	0,250	0,332	0,105	0,702	0,099
7	0,581	0,197	-0,143	-0,011	0,134	0,107
8	0,028	0,755	-0,159	-0,011	0,172	0,157
9	0,050	0,257	0,305	0,103	0,082	0,704
11	0,164	-0,136	0,788	0,076	0,230	0,098
13	0,123	0,167	-0,013	-0,018	0,230	0,759
17	-0,035	-0,073	0,775	0,118	-0,021	0,029
18	-0,099	0,065	0,098	0,827	0,177	-0,086
20	0,181	-0,072	-0,063	-0,023	0,776	0,230
21	-0,029	-0,049	0,090	0,760	-0,297	0,273
23	-0,051	0,573	0,536	0,091	-0,259	0,183
26	0,321	0,353	0,069	0,529	0,180	-0,213
28	0,558	0,063	0,458	-0,158	0,096	0,106
31	0,436	-0,370	-0,012	0,467	0,062	0,270
34	0,636	0,390	-0,042	0,089	0,258	-0,053

Примечания: Метод выделения – анализ методом главных компонент; метод вращения – Варимакс с нормализацией Кайзера; вращение сошлось за 9 итераций.

логу намерениям говорящего. Четвертый фактор (9,18%) – дискурс в напряженных и неприятных ситуациях, требующих от человека «сохранения своего лица», поддержания статус-кво. Содержательно интерпретировать остальные факторы не удалось.

Факторный анализ показал, что был воспроизведен только один фактор из априори определенной структуры повседневного дискурса – дискурс деловых отношений. Вероятнее всего, это явилось следствием ограниченности социального опыта старших школьников и студентов первых курсов. Остальные типы повседневного дискурса не являются определяющими при группировке заданий в ходе выполнения теста дискурсивных способностей. Мы изначально

стремились к созданию содержательно однородной однофакторной шкалы, и содержательное выделение одного фактора указывает на то, что ситуации, связанные с дискурсом деловых отношений у школьников и студентов, диагностически более показательны и информативны, нежели остальные ситуации, в которых разворачивается повседневный дискурс. Тем не менее все изначально предполагаемые типы повседневного дискурса представлены в пунктах методики дискурсивных способностей (см. таблицу 7). Таким образом, первоначальная структура повседневного дискурса воспроизведена лишь частично, а исходная модель тестовой деятельности требует изучения различных видов профессиональной деятельности, в которых востребованы дискурсивные способности.

Для оценки *конвергентной и дискриминантной валидности* в ходе апробации теста дискурсивных способностей было проведено одновременное тестирование различных типов интеллекта и креативности: социального интеллекта (4 фактора социального интеллекта по тесту Гилфорда и Салливена), общего, вербального и невербального интеллекта (4 показателя КОТ), вербальной креативности (2 показателя по тесту Медника) и невербальной креативности (4 показателя по тесту Торренса). В качестве меры соответствия между показателем теста дискурсивных способностей и показателями интеллекта и креативности использовался коэффициент корреляции τ (tau) Кендалла. В таблице 5 представлены полученные результаты.

Так как тест дискурсивных способностей – методика, выявляющая вербальные особенности когнитивной сферы, то корреляции с «вербальными» показателями тестов интеллекта и креативности должны быть выше по сравнению с «невербальными». Корреляция показателя дискурсивных способностей с вербальным интеллектом значима на уровне $p < 0,01$, а корреляция с невербальным интеллектом отсутствует. Самая высокая корреляция среди всех показателей обнаруживается между вербальным интеллектом и дискурсивными способностями. Анализ корреляций социального интеллекта показывает обратную тенденцию. При этом все корреляции между показателями дискурсивных способностей и показателями социального интеллекта положительные и значимые. Корреляции с показателями креативности также значимые и положительные. Единственный показатель, не связанный с дискурсивными способностями, – невербальный интеллект. Анализ факторной структуры дискурсивных способностей, факторов интеллекта и креативности позволил выделить 5 основных факторов (см. таблицу 6): социальный интеллект, невербальная креативность, общий интеллект, вер-

Таблица 5

Корреляции τ (tau) Кендалла показателя дискурсивных способностей с различными типами интеллекта и креативности

Показатели	TDS17
Социальный интеллект. Истории с завершением	0,31**
Социальный интеллект. Группы экспрессии	0,45**
Социальный интеллект. Вербальная экспрессия	0,19**
Социальный интеллект. Истории с дополнением	0,29**
Социальный интеллект. Композитная оценка	0,34**
КОТ вербальный IQ	0,55**
КОТ невербальный IQ	00,04
КОТ суммарная оценка IQ	0,22**
КОТ просмотренные пункты	0,23**
Креативность по Меднику. Продуктивность	0,23**
Креативность по Меднику. Оригинальность	0,15**
Креативность по Торансу. Беглость	0,16**
Креативность по Торансу. Оригинальность	0,17**
Креативность по Торансу. Разработанность	0,21**
Креативность по Торансу. Гибкость	0,11*

Примечание: ** – корреляция значима при $p < 0,01$; * корреляция значима при $p < 0,05$; TDS17 – показатель дискурсивных способностей по шкале из 17 пунктов.

бальная креативность и дискурсивные способности, наиболее тесно связанные с вербальным интеллектом, общим интеллектом и одним из показателей социального интеллекта – «группы экспрессии». Полученная структура факторов в общих чертах воспроизводит структуру познавательных способностей, в которую также входят показатели дискурсивных способностей, необходимые для освоения и понимания иностранного языка (Кочкина, 2009). В этом исследовании было выделено 4 фактора: фактор общего интеллекта; фактор общего интеллекта и лингвистических способностей; фактор социального интеллекта; фактор дискурсивных способностей и социального интеллекта. При этом дискурсивные способности оказались значимо связанными с общим интеллектом, вербальным интеллектом и социальным интеллектом (шкала «вербальная экспрессия»).

Таблица 6

Матрица факторных решений для показателей интеллекта, креативности и дискурсивных способностей

	Компонента				
	1	2	3	4	5
tds17	0,274	0,254	-0,011	0,137	0,755
Соц IQ Истории с завершением	0,863	0,096	0,104	0,058	0,189
Соц IQ Группы экспрессии	0,624	0,113	0,024	0,027	0,538
Соц IQ Вербальная экспрессия	0,485	-0,172	0,243	0,455	0,199
Соц IQ Истории с дополнением	0,822	0,077	0,099	0,127	0,087
Соц IQ Композитная оценка	0,911	0,034	0,148	0,111	0,279
КОТ вербальный IQ	0,208	0,038	0,391	-0,015	0,776
КОТ невербальный IQ	0,178	0,097	0,903	0,022	-0,155
КОТ IQ	0,247	0,090	0,866	0,007	0,347
КОТ просмотренные пункты	-0,113	0,189	0,684	-0,091	0,432
Сг Медник продуктивность	0,122	0,098	-0,252	0,714	0,129
Сг Медник оригинальность	-0,037	0,071	0,183	0,785	0,019
Сг Торанс беглость	0,251	0,888	-0,038	0,134	0,094
Сг Торанс оригинальность	0,099	0,740	0,291	0,313	0,104
Сг Торанс разработанность	0,684	0,378	-0,051	-0,180	-0,124
Сг Торанс гибкость	0,018	0,900	0,136	0,042	0,157

Примечания: Метод выделения – анализ методом главных компонент; метод вращения – Варимакс с нормализацией Кайзера; вращение сошлось за 7 итераций.

Ретестовая надежность оценивалась при повторном тестировании школьников г. Москвы на выборке меньшей, чем в первом исследовании. В тестировании участвовало 115 человек – старшекласников школы № 539 и гимназии № 1503. Повторное тестирование осуществлялось через 2 месяца после первого тестирования в группах от 13 до 30 человек. Корреляция Пирсона между первым и повторным тестированием составила $r=0,756$.

Диагностика дискурсивных способностей с помощью описанных выше тестов на английском и русском языке (Кочкина, 2009; Воронин, 2014) оценивает, на наш взгляд, лишь один аспект дискурсивных способностей, а именно способность поддерживать и разворачивать процесс общения, используя при этом языковые средства,

соответствующие конкретной ситуации. Оценить дискурсивные способности в полной мере возможно при обращении к феноменологии дискурсивных способностей.

Дискурсивные способности, понимаемые как способности к освоению и реализации дискурсивных практик, позволяют повысить эффективность общения, ускоряют процесс выработки стратегии взаимодействия. Операционализация понятия дискурсивных способностей приводит к тому, что они рассматриваются как операционализованная часть *коммуникативной компетенции*, позволяющая человеку инициировать, поддерживать, развертывать и завершать процесс общения, используя при этом языковые средства, соответствующие ситуации. Дискурсивные способности непосредственно связаны с общением, особенно с общением, понимаемым как деятельность. Как отмечает Б. Ф. Ломов, «общение выступает как самостоятельная и специфическая форма активности субъекта, его результат – это не преобразованный предмет (материальный или идеальный), а отношения с другим человеком, с другими людьми» (Ломов, 1984, с. 248). «Непосредственное живое общение предполагает, пользуясь словами К. С. Станиславского, „встречный ток“. В каждом его акте действия общающихся людей объединены в нечто целое, обладающее новыми (по сравнению с действиями каждого отдельного участника) качествами. „Единицами“ общения являются своего рода циклы, в которых выражаются взаимоотношения позиций, установок, точек зрения каждого из партнеров, весьма своеобразно переплетаются прямые и обратные связи в потоке циркулирующей информации... Таким образом, категория общения охватывает особый класс отношений, а именно отношения „субъект–субъект(ы)“. В анализе этих отношений раскрываются не просто действия того или иного субъекта или воздействия одного субъекта на другого, но процесс их взаимодействия, в котором обнаруживаются содействие (или противодействие), согласие (или противоречие), сопереживание и т. п.» (там же, с. 249). Дискурсивные способности во многом определяют эффективность деятельности общения, той ее составляющей, которая непосредственно связана с языковыми средствами, находящимися в распоряжении общающихся людей.

Нам представляется, что дискурсивные способности непосредственно связаны с адекватной мотивацией общения, с имеющимся у человека социальным опытом общения, со знанием различных ситуаций взаимодействия и способов вербального поведения в них, с обширностью и структурированностью индивидуального тезау-

руса, с удачным соотношением различных личностных особенностей (см. также: Морозов, 2011).

Оптимальный уровень аффилиативной мотивации, на наш взгляд, позволяет человеку эффективно инициировать, поддерживать, развертывать и завершать процесс общения. Без должного уровня мотивации общение, скорее всего, не состоится. Собственно, смысл общения без соответствующей мотивации исчезает, а перемотивация приводит к неадекватным вербальным реакциям и к возникновению неуместного в той или иной ситуации вербального взаимодействия. Ситуативная адекватность процесса общения зависит от социального опыта человека, от его осведомленности о различных способах и ситуациях общения, а наличие дискурсивных способностей позволяет ему легко и просто находить уместные формы поддержания вербальной коммуникации.

Разнообразие ситуаций общения связано с его типами и уровнями. Б. Ф. Ломов выделял следующие уровни общения: макроуровень (человек общается с другими людьми, согласно сложившимся традициям, обычаям, общественным отношениям); мезауровень (общение происходит в рамках содержательной темы) и микроуровень (общение как акт контакта «вопрос – ответ»).

Каждый из перечисленных уровней может проявляться в различных ситуациях и в разных сферах: деловой, межличностной, ролевой и т. д. В частности, одно дело, когда партнеры выступают как равноправные участники общения, и совсем другое, если один из них чувствует определенную зависимость, особенно если начинает проявляться их неравноправность в форме давления, агрессии, запугивания и т. п. (Ломов, 1984).

Одним из факторов успешного и эффективного общения является *индивидуальный тезаурус* человека. Легкость в инициации и поддержании беседы во многом обеспечивается сходством личных тезаурусов участников общения.

Психологическое понимание тезауруса человека обычно сводится к активному и пассивному словарю, к совокупности слов, значения которых человеку известны, которые он понимает, воспринимаемая чужую речь, и использует в своей устной и письменной речи (Немов, 2003). В широком смысле под тезаурусом понимают структурно организованную совокупность информации, отражающую семантику отображаемого объекта, а еще более широко – систему ориентации в информационном пространстве.

Однако при феноменологическом описании дискурсивных способностей следует обратиться к иному пониманию тезауруса, свя-

занному с понятием «языковая личность» (Караулов, 1987). Так, уровневая модель языковой личности предполагает различные уровни ее функционирования.

Нулевой, «доличностный», уровень – это «вербальная сеть», или вербально-семантический уровень, единицами которого являются слова, состоящие в грамматико-парадигматических отношениях.

Первый уровень – это «языковая картина мира» человека, или лингво-когнитивный уровень. Только начиная с этого уровня проявляются индивидуальные личностные предпочтения. Этот уровень представляет собой «личностный тезаурус», а в качестве единиц выступают концепты (когнитивные единицы). Отношения между этими единицами носят подчинительно-координативный характер и образуют достаточно стройную систему – картину мира.

Наконец, второй, высший, уровень языковой личности – это «коммуникативная сеть», или мотивационный уровень. Его единицами являются уже не слова и концепты, а некие прагматико-ориентированные единицы, отношения между которыми задаются условиями сферы общения (Караулов, Филиппович, 2009).

Важно отметить, что на каждом уровне в ходе использования языка вырабатываются определенные вербальные стереотипы. Так, на нулевом уровне стереотипами являются наиболее ходовые, стандартные словосочетания, простые формульные предложения и фразы типа *ехать на троллейбусе, пойти в кино, купить хлеба, выучить уроки*, которые выступают как своеобразные паттерны и клише. Стереотипами первого уровня являются генерализованные высказывания, например: *«Кому много дано, тот не может быть счастливым»*. Стереотипами высшего уровня выступают «прецедентные тексты», т. е. известные цитаты, крылатые выражения, пословицы и поговорки, например: *«И какой же русский не любит быстрой езды!»*. Под единицами тезауруса в данной модели предлагается использовать некие последовательности языковых знаков, устойчивые стереотипные сочетания слов. Отдельно употребленное слово при этом представляется как результат свернутого контекста, который можно развернуть, анализируя языковую ситуацию (Осокина, 2011). Также предлагается переосмыслить роль и место прецедентных текстов в структуре тезауруса.

В соответствии с этими представлениями индивидуальный тезаурус являет собой систему знаний, выражающуюся на всех уровнях языковой личности. Его обширность и структурированность позволяют в полной мере проявиться дискурсивным способностям,

обеспечивая ситуативную адекватность интеракций на всех этапах вербальной коммуникации.

Проявление дискурсивных способностей во многом зависит от личностных особенностей человека. По сути, оно непосредственно связано с успешностью и эффективностью общения. Как пишет Е. Ильин, некоторые свойства личности существенно влияют как на цели и процесс общения, так и на его эффективность: одни из них способствуют успешному общению (экстравертированность, эмпатийность, толерантность, мобильность), другие (интровертированность, властность, конфликтность, агрессивность, застенчивость, робость, ригидность) его затрудняют (Ильин, 2009).

Диагностика дискурсивных способностей должна оценивать следующие важные составляющие: способность инициировать, поддерживать, разворачивать и завершать процесс общения, используя при этом языковые средства, соответствующие ситуации; уровень мотивации общения; социальный опыт общения (обширность сведений о различных ситуациях взаимодействия и способах вербального поведения в них); обширность и структурированность индивидуального тезауруса; личностные черты, способствующие успешному общению.

Литература

- Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс // Теория метафоры. М.: Прогресс, 1990.
- Бузин В. Н. Краткий ориентировочный тест // Практикум по психодиагностике. Конкретные психодиагностические методики. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1989. С. 112–126.
- Верещагин Е. М., Костомаров В. Г. Язык и культура: Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного. М.: Русский язык, 1983.
- Воронин А. Н. Диагностика невербальной креативности (краткий вариант теста Торренса) // Методы психологической диагностики. Вып. 2. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1994. С. 5–40.
- Воронин А. Н. Методика диагностики дискурсивных способностей на материале повседневной лексики // Экспериментальная психология. 2014. Т. 7. № 2. С. 94–112.
- Воронин А. Н., Горюнова Н. Б. Специфика научного дискурса в исследованиях познавательных способностей // Дискурс в современном мире. Психологические исследования. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2011. С. 219–238.
- Воронин А. Н., Галкина Т. В. Диагностика вербальной креативности (адаптация теста Медника) // Методы психологической диа-

- гностики. Вып. 2. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1994. С. 40–81.
- Воронин А. Н., Кочкина О. М.* Дискурсивные и лингвистические способности в структуре интеллекта человека // Психология. Журнал высшей школы экономики. 2008. № 2. С. 124–132.
- Воронин А. Н., Кочкина О. М.* Структура языковых способностей в процессе освоения дискурсивной практики // Экспериментальная психология. 2009. Т. 2. № 3. С. 92–110.
- Дейк ван Т. А.* Язык. Познание. Коммуникация. М.: БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 1989.
- Дискурс в современном мире: Психологические исследования / Отв. ред. Н. Д. Павлова, И. А. Зачесова. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2011.
- Дружинин В. Н.* Психология способностей: Избранные труды. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007.
- Журавлев А. Л., Павлова Н. Д.* К междисциплинарной проблематике дискурса // Ситуационная и личностная детерминация дискурса. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. С. 6–11.
- Зачесова И. А., Гребенщикова Т. А.* Взаимоотношения собеседников в диалоге // Ситуационная и личностная детерминация дискурса. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. С. 38–63.
- Зимняя И. А.* Психология обучения неродному языку. М.: Русский язык, 1989.
- Ильин Е. П.* Психология общения и межличностных отношений. СПб.: Питер, 2009.
- Кабардов М. К.* Коммуникативные и когнитивные составляющие языковых способностей (индивидуально-типологический подход): Автореф. дис. ... докт. психол. наук. М., 2003.
- Караулов Ю. Н.* Русский язык и языковая личность. М.: Наука, 1987.
- Караулов Ю. Н., Филиппович Ю. Н.* Лингвокультурное сознание русской языковой личности: Моделирование состояния и функционирования. М.: Азбуковник, 2009.
- Китайгородская М. В., Розанова Н. Н.* Современное городское общение: Типы коммуникативных ситуаций и их жанровая реализация (на примере Москвы) // Современный русский язык: Социальная и функциональная дифференциация. М.: Языки славянской культуры, 2003. С. 103–120.
- Кочкина О. М.* Структура и динамика языковых способностей в дискурсивной практике: Дис. ... канд. психол. наук. М., 2009.
- Кочкина О. М., Воронин А. Н.* Дискурсивные способности в процессе интенсивного изучения иностранного языка // Познание

- в структуре общения / Под ред. В. А. Барабанщикова, Е. С. Самойленко. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2009. С. 262–270.
- Леонтьев А. А. Слово в речевой деятельности. М.: Просвещение, 1965.
- Ломов Б. Ф. Методологические и теоретические проблемы психологии. М.: Наука, 1984.
- Ломов Б. Ф. Психическая регуляция деятельности: Избранные труды. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2006.
- Михайлова Е. С. Тест Дж. Гилфорда и М. Салливена. Диагностика социального интеллекта. Методическое руководство. СПб.: ИМАТОН, 2006.
- Морозов В. П. Невербальная коммуникация. Экспериментально-психологические исследования. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2011.
- Немов Р. С. Психология: Словарь-справочник. В 2 ч. Часть 1. М.: Владос-Пресс, 2003.
- Осокина С. А. Индивидуальный тезаурус как система знаний: соотношение понятий «индивидуальный тезаурус» и «языковая личность» // Знание. Понимание. Умение. 2011. № 4. С. 178–183.
- Павлова Н. Д. Коммуникативная парадигма в психологии речи и психолингвистике // Психологические исследования дискурса. М.: Пер Сэ, 2002. С. 8–43.
- Павлова Н. Д. Психология дискурса // Психология XXI века. Учебник для вузов / Отв. ред. В. Н. Дружинин. М.: Пер Сэ, 2003. С. 396–414.
- Психологические проблемы семьи и личности в мегаполисе. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012.
- Психология способностей: современное состояние и перспективы исследований: Материалы Всероссийской научной конференции. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2015.
- Смирницкий А. И. Объективность существования языка // История советского языкознания: Некоторые аспекты общей теории языка: Хрестоматия. М.: Высшая школа, 1981. С. 64–72.
- Современные исследования интеллекта и творчества / Под ред. А. Л. Журавлева, Д. В. Ушакова, М. А. Холодной. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2015.
- Теплов Б. М. Способности и склонности. М.: Изд-во АПН РСФСР, 1989.
- Шадриков В. Д. Деятельность и способности. М.: Логос, 1994.
- Galton F. Inquiries into human faculty and its development. L.: Macmillan, 1883.
- Galton F. Hereditary Genius an Inquiry into its Laws and Consequences. L.: Macmillan, 1892.

РОЛЬ ДИСКУРСИВНЫХ СПОСОБНОСТЕЙ В ОВЛАДЕНИИ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКОМ*

А. Н. Воронин, Н. Б. Горюнова

В современном обществе одной из важнейших сторон психики человека выступает способность владения словом, в связи с чем языковые способности оказываются в центре внимания когнитивных исследований. Еще А. А. Леонтьев указывал на то, что языковая способность как совокупность психологических и физиологических свойств обеспечивает адекватное восприятие, усвоение и воспроизводство языковых знаков членами языкового сообщества (Леонтьев, 1997). В рамках индивидуально-психологического подхода *языковые способности* принято рассматривать как свойство функциональных систем, обеспечивающих легкость и быстроту приобретения лингвистических знаний, правил анализа и синтеза единиц языка, позволяющих строить и анализировать предложения, пользоваться системой языка для коммуникативно-речевых целей. Они обеспечивают скорость овладения языком (родным и неродным), а также эффективность использования языка в процессе коммуникации (Кабардов, 2003; Павлова, Журавлев, 2007; и др.). В общих языковых способностях обычно выделяют лингвистическую и коммуникативную составляющие. К первой относят знание моделей языковых единиц, правил изменения и сочетания слов, общеупотребительной лексики; вторая, связана с произношением, словоизменением и сочетанием слов, выбором синонимов и антонимов и допускает индивидуальные отклонения (Смирницкий, 1981).

Дискурсивные способности можно определить как способности освоения и реализации дискурсивных практик. В узком смысле это способности понимать собеседника, презентировать свои смыслы и собственную идентичность в конкретном жизненном контексте.

* Работа выполнена в соответствии с Государственным заданием ФАНО РФ № 0159-2016-0009.

Сюда можно отнести когнитивное пространство и интенции субъекта в конкретной ситуации общения, а также апперцепцию намерений другого человека. Дискурсивные способности в широком смысле обуславливают ментальную репрезентацию коллективного субъекта (группы, сообщества), обеспечивая трансляцию глубинных смыслов в виде различных культурно-исторических кодов (Воронин, Кочкина, 2009). Наличие дискурсивных способностей разного уровня позволяет добиваться эффективного взаимодействия и адекватного взаимопонимания между людьми в процессе общения, ускоряя процесс выработки стратегий взаимодействия.

В данном исследовании мы акцентировали внимание на дискурсивных практиках, реализуемых при обучении иностранному (английскому) языку и межкультурной коммуникации. Существует достаточно большое многообразие моделей обучения, разнообразие подходов к изучению дискурсивных практик (Щербинин, 2004). Интересный взгляд на проблему обучения как формирования структуры знаний и опыта предлагают Скардамалия и Берейтер (Scardamalia, Bereiter, 1994). Особая роль в данной модели отводится взаимодействию учителя и учащихся путем прогрессивного обсуждения предмета познания, напоминающего научные дебаты. Прогрессивное обсуждение основывается на динамичной экспертизе идей и выдвижении конструктивных аргументов, способствующих пониманию проблемы и нахождению приемлемого решения. Адекватные стратегии взаимодействия в процессе обсуждения становятся движущей силой формирования структуры знаний. При этом специально организованные условия для разработки, выражения и проверки идей всеми участниками обеспечивают питательную среду для формирования и развития дискурсивных способностей.

Конечно, не любое совместное обсуждение приводит к усвоению обобщенного способа действия, для этого необходимы определенные условия, например, рефлексия деятельности. Одним из приемов, позволяющих обеспечивать рефлексивное развитие, выступает организация письменного дискурса (Цепцов и др., 2005; Цукерман, 2001). Подобные приемы расширяют дискурсивные практики за счет активного взаимодействия участников, создания условий для представления разных позиций и согласования способа действий.

Изучение разных видов дискурсивных практик невозможно без анализа ситуативных и межличностных детерминант группового взаимодействия (см. также: Совместная деятельность..., 1988; и др.). Мы полагаем, что дискурсивная практика как динамичная форма социальной практики использования языка в искусственно

созданной обучающей среде позволяет формировать и развивать дискурсивные способности, представляющие собой достаточно гибкий ресурс социального взаимодействия. Подобные дискурсивные практики должны быть максимально приближены к реальным ситуациям общения для активного использования иностранного языка в живых, естественных средах. Являясь производной социального и предметного интеллекта, дискурсивные способности как индивидуально-психологические особенности успешного овладения дискурсивными практиками обеспечивают возможность оперирования разными формами дискурса в соответствии с целями коммуникации, индивидуальными особенностями участников, социокультурным контекстом, условиями и видами общения (Воронин, Кочкина, 2008).

Успешность дискурсивной деятельности обусловлена широким набором дескрипторов от временных характеристик мыслительного процесса до наличия поисковой доминанты, включая осознаваемые и неосознаваемые когнитивные процессы, эмоциональный фон, в том числе и переживание неудачи. Успешность общения находится в непосредственной зависимости от личностных свойств человека. В многочисленных исследованиях показано, что экстравертированность, эмпатийность, толерантность, мобильность положительно влияют на эффективность коммуникации, в то время как интровертированность, властность, конфликтность, агрессивность, застенчивость, робость, ригидность существенно ее затрудняют (Ильин, 2009). Таким образом, анализ ситуационных и личностных детерминант совместной учебной деятельности становится необходимым для выявления оптимальных условий проявления психологических ресурсов (в том числе дискурсивных способностей) в дискурсивной практике.

Дискурсивные способности, обеспечивая эффективную коммуникацию на основе эмоциональной окрашенности, мотивации, интенций говорящих и ситуационной отнесенности актов коммуникации, в совокупности с лингвистическими способностями образуют языковые способности. При этом дискурсивные способности как операционализируемая часть коммуникативной компетенции являются производными от общего, вербального и социально-го факторов интеллекта.

Следует отметить, что при общении на родном языке многие возникающие языковые проблемы решаются интуитивно. При общении на бытовом уровне у каждого человека имеется набор готовых ситуативных паттернов, из которого он безошибочно выбирает со-

ответствующий ситуации шаблон (см. также: Морозов, 2011; и др.). При общении же на иностранном языке, помимо владения лексикой и грамматикой, необходимо понимание того, как должна быть организована ситуация общения, соблюдены правила речевого и поведенческого этикета, выстроена иерархия собеседников. В такой ситуации эти факторы не присутствуют в сформировавшемся виде, а требуют осмысления непосредственно в ходе общения. Соответственно дискурсивные способности участников здесь будут проявляться в большей мере.

Формирование дискурсивных способностей в учебной среде предполагает совместную работу учителя и учеников в изучении предмета. При этом владение языком как средством коммуникации не исчерпывается общением только через узкоспециальные тексты. Развивая у учащихся способность понимать и самостоятельно решать учебные задачи, необходимо создать специально организованное дискурсивное пространство для высказывания и обсуждения идей. Как уже отмечалось, существуют разные формы развития дискурсивных способностей, связанные с устным или письменным оформлением собственных мыслей, выработкой средств удержания целостного образа проблемной ситуации, обеспечением возможности высказываться всем желающим вне зависимости от индивидуального темпа деятельности.

Другое важное допущение состоит в том, что максимальное развитие дискурсивных способностей в процессе изучения иностранных языков возможно только при ясном понимании и реальном учете социокультурного фактора. Речь идет о необходимости глубокого и тщательного изучения культуры, образа жизни, национального характера носителей языка. Иными словами, реальное употребление слов в речи в значительной степени определяется знанием социальной и культурной жизни говорящего на данном языке речевого коллектива (Тер-Минасова, 2008).

Социокультурная картина мира не только отражается в языковой картине мира, но и формирует ее, определяя особенности речи, дополнительные смысловые нагрузки и коннотации различных языковых единиц. Здесь нельзя не упомянуть о скрытых трудностях речепроизводства и коммуникации, особенно на иностранном языке. Во-первых, это лексико-фразеологические ограничения, связанные с резервом сочетаемости слов, присущим конкретному языку. Эта специфика становится очевидной только при сопоставлении языков, так как носители языка не видят подобных языковых трудностей. Поэтому, изучая иностранный язык, необходимо заучивать

не отдельные слова, а наиболее устойчивые сочетания, присущие данному языку.

Другой трудностью является несоответствие между представлениями разных народов о предметах и явлениях реальности, обозначенных вроде бы эквивалентными словами. При кажущейся понятийной эквивалентности часто не учитываются особенности функционирования данного слова в чужой речи, его лексико-фразеологическая сочетаемость и лингвостилистические коннотации. Как отмечает С. Г. Тер-Минасова, объем семантики, лексическая сочетаемость и стилистические коннотации, присущие разным языкам, разрушают миф об языковой эквивалентности, делая наиболее уязвимым культурологический аспект эквивалентности слов. Не только сами предметы и явления, но и понятия об этих предметах и явлениях могут быть различными в разных культурах, вследствие чего возникают проблемы понятийной эквивалентности культурных представлений (Тер-Минасова, 2008).

В этом плане большой интерес представляют билингвы, а также люди, профессионально владеющие иностранными языками (преподаватели и переводчики). У билингвов одновременно сосуществуют две языковые картины мира, а у специалистов по иностранным языкам вторичная языковая картина мира преломляется через первичную, заданную родным языком.

Межкультурный диалог позволяет сформировать структуры и механизмы, обеспечивающие межкультурные связи. Чем глубже проникновение той или иной культуры в процессы межкультурной коммуникации, тем больше она обогащается содержанием, частично заимствованным, частично сформированным из собственного материала, обеспечивая тем самым более эффективное межкультурное взаимодействие. Обратная сторона этого процесса заключается в том, что диалог культур требует исключительной динамичности и подвижности концептуальных схем мира, затрудняя самоидентификацию человека как представителя одной из участвующих в диалоге культур (Бурмистров, 2007).

Тесная взаимосвязь преподавания иностранного языка и межкультурной коммуникации очевидна. Каждый урок – это практика межкультурной коммуникации, так как каждое иностранное слово отражает иную культуру, представление о мире, обусловленное национальным сознанием. В современном мире обучение иностранному языку требует фундаментальной и всесторонней подготовки.

Дискурсивные способности, обеспечивая эффективное общение за счет инициирования, поддержания и завершения дискурса, поз-

воляют легко находить уместные формы вербальной коммуникации. В процессе использования языка на каждом уровне вырабатываются соответствующие вербальные стереотипы, представляющие собой результат свергивания контекста, который при анализе языковой ситуации может быть развернут (Осокина, 2011). Гипотетически индивидуальный тезаурус позволяет в полной мере проявиться дискурсивным способностям, обеспечивая ситуативную адекватность интеракций на всех этапах вербальной коммуникации.

При изучении индивидуально-устойчивых особенностей коммуникативного поведения людей, изучающих иностранный язык, применяется множество методических приемов: от элементарного до продвинутого уровня владения языком, которые позволяют проверить лексические навыки, навыки чтения, письма, аудирования и устной речи. Однако важно понимать, что далеко не все аспекты владения языком могут быть отражены в тесте. Специфические фрагменты языковых навыков требуют иных форм проверки знаний. Тесты дискурсивных способностей включают лексические задания, ориентированные на формирование у учащихся умения адекватно реагировать на высказывания собеседника, правильно иницируя коммуникацию в предложенной ситуации общения.

Для определения роли дискурсивных способностей в овладении иностранным языком была выбрана и проанализирована оригинальная программа обучения английскому языку на базе учреждения дополнительного образования. Основной целью данной программы является расширение кругозора учащихся за счет углубленного изучения истории и литературы различных культур на английском языке. Данная концепция обучения позволяет осуществлять диалог культур, создавая обстановку реального общения в естественных условиях. Учащиеся обучают чтению оригинальных художественных текстов, устной и письменной речи, свободному восприятию на слух речи «носителей языка», а также письменному и устному переводу с русского на английский и с английского на русский. В качестве приема организуются дискуссии на языке по теме урока, дети учатся формулировать свое отношение к содержанию текста.

С учетом фактора возраста при подборе материала в школе реализуется четыре ступени обучения. На первой ступени дети знакомятся с фольклором, сказками, детской классикой и текстами детской библии, параллельно получая начальные знания об обществе на специальных занятиях. Это становится стартовой лексической площадкой для последующего систематического изучения истории. Уже на этом этапе дети переходят от пассивного восприятия

текста к его анализу. Изучая на второй ступени обучения историю древних цивилизаций, а также их литературу, мифы и легенды, они проникают в глубинные слои культурного пласта языка. Подобная практика способствует формированию дискурсивных способностей в широком смысле как отражение культурно-исторических кодов на уровне коллективного субъекта. Привлечение уже на второй ступени обучения преподавателей – носителей языка способствует выработке толерантности и взаимного уважения. Третья ступень посвящена изучению истории и литературы Великобритании с древних веков до наших дней. Знакомство с историей и литературой США осуществляется на четвертой ступени.

Кратко остановимся на особенностях методики обучения. Программа предполагает ежедневную работу с текстами и большим контекстуальным словарем, включающим не только активную лексику урока, но и производные слова. Грамматика английского языка интенсивно изучается в первые три года с последующим углублением в тонкости грамматических структур. Активный словарь расширяется за счет синонимов и антонимов, которые необходимо выучивать к каждому занятию, помимо идиом и типичных выражений. Большое внимание уделяется аудированию, восприятию текста на слух, ответам на подготовленные к тексту вопросы. В ответах на вопросы ученик должен на слух понять вопрос и успеть ответить на него в короткую паузу, что требует не только хорошего знания материала и высокого темпа речи, но и умения быстро переключаться с одного вида деятельности (прослушивания) на другой (речевое воспроизведение). Такая практика оказывает существенное влияние на развитие дискурсивных способностей, формируя умение понимать собеседника, выражать смысл в конкретном жизненном контексте.

Следует отметить, что оригинальность описываемого метода заключается в том, что он ассимилирует преимущества традиционных, коммуникативных и естественных методов обучения иностранному языку. Огромное внимание уделяется как овладению грамматической и лексической базами, так и свободному общению на языке, в том числе и с его естественными носителями. При этом язык выступает средством постижения своей и иной культур посредством изучения мифов, литературы и истории народов. Ключевой особенностью процесса обучения является ориентация на источник, в качестве которого используются только оригинальные тексты (фольклор, Библия, литературное произведение), сопровождаемые учебным файлом, где четко прописаны лексика урока, идиоматические выражения и грамматика. Основу вокабуляра составляет книжная, ли-

тературная лексика, а не бытовая, которая усваивается как побочный результат овладения языком.

Обучение чтению, письму, аудированию и, конечно, речи происходит практически одновременно, что обеспечивает высокую интенсивность обучения. Каждый урок содержит лексический и грамматический материал и необходимое количество упражнений для его усвоения. Освоение грамматики происходит параллельно изучению истории и литературы. Русский педагог объясняет, как работает то или иное правило, а носитель языка показывает, как оно употребляется в живой речи, как и ради чего оно нарушается. Фактически одно и то же правило одновременно отрабатывается разными педагогами и в разном контексте.

Целью эмпирической части исследования явилось выделение дескрипторов дискурсивных способностей и установление их соотношения с продуктивностью выполнения языковых тестов. Для оценки дискурсивных способностей мы использовали задания, включенные в лексические тесты и ориентированные на формирование у учащихся умения адекватно реагировать на высказывания собеседника или правильно инициировать коммуникацию в предложенной ситуации общения. В качестве внешнего критерия использовались экспертные оценки преподавателей. Были привлечены русскоязычные преподаватели по истории и англоязычные преподаватели по литературе. *Экспертная оценка* предполагала 5-балльную шкалу вербального поведения учащихся по следующим пунктам: «Адекватность коммуникации, находчивость», «Поддержание интереса в диалоге», «Изменение темпа разговора в соответствии с ходом беседы», «Легкость включения в разговор». Данная шкала была апробирована в предыдущих исследованиях, где было показано, что поведенческие феномены, оцениваемые этими шкалами, являются отличительными признаками дискурсивных способностей (Воронин, Кочкина, 2008).

В связи с тем что тесты дискурсивных способностей направлены на выявление вербальных особенностей когнитивной сферы, корреляции с «вербальным» интеллектом оказываются выше, чем с «невербальным» (Воронин, Кочкина, 2009). Учитывая достаточную однородность выборки, которая формировалась путем тщательного отбора по ряду когнитивных и мотивационных показателей еще на этапе поступления в данную школу, мы сознательно не изучали взаимосвязь дискурсивных способностей с другими когнитивными показателями. Все дети, обучающиеся в этой школе, обладают достаточно высоким когнитивным ресурсом и высокой

мотивацией, что обеспечивает возможность овладения углубленной программой изучения английского языка.

Поскольку уровень знания иностранного языка участников был известен, так как каждая тестируемая группа находилась на определенной ступени обучения, было решено использовать разработанную в данной школе систему оценки промежуточных и итоговых языковых знаний, умений и навыков. Для анализа были выбраны наиболее типичные задания, оценивающие следующие аспекты языка:

- словарный запас, сочетаемость слов и устойчивых выражений;
- перевод предложений с русского на английский язык;
- подбор наиболее подходящих синонимов к выделенному слову в предложении;
- замена выделенных в фразах слов антонимами;
- словообразование, где требуется образовать от слова, данного в скобках, другое слово, соответствующее структуре предложения;
- подбор обобщающего понятия;
- развернутый ответ на вопросы к текстам, пройденным в данной период (четверть) без обращения к этим текстам.

Согласно выработанной системе критериев оценки результатов тестов, в первую очередь снимались баллы за несоответствие высказываний заданной ситуации, неправильное использование лексических единиц и ошибки в структуре предложения, так как подобные ошибки могут привести к искажению смысла и непониманию собеседником обращенного к нему высказывания.

Перейдем к краткому *обсуждению результатов*, полученных на данном этапе исследования. Были проанализированы данные 60 участников в возрасте от 10 до 12 лет и находящихся на втором этапе обучения (5-й класс). Качественный анализ разных видов дискурса, разворачивающегося в специально организованных учебных ситуациях, позволил выявить и описать индивидуально-психологические и ситуативные детерминанты развития дискурсивных способностей, а также некоторые условия их оптимального проявления в ситуации совместной учебной деятельности. Сравнительный анализ индивидуально-психологических и ситуативных переменных, обуславливающих специфику дискурсивных способностей, позволил установить взаимосвязи между конструктами разных уровней организации дискурса. Нам удалось показать, что успешность как индивидуального, так и совместного выполнения поставленных задач

зависит от ряда формальных (временные и пространственные характеристики учебного процесса) и содержательных (наличие и сила поисковой доминанты, преобладание осознаваемых и неосознаваемых процессов, эмоциональный фон испытуемого, в том числе и переживание неудачи) компонентов ситуации. Так, например, время выполнения и очередность предъявления заданий существенно влияют на результаты выполнения тестов.

Рассматривая дискурсивные способности в узком смысле как способности коммуницировать в конкретных условиях, понимать собеседника, презентировать свои смыслы и собственную идентичность, мы выделили переменные, наиболее отвечающие данным свойствам: семантическое пространство дискурса и интенции субъекта в конкретной ситуации общения, а также апперцепция намерений другого субъекта. Данные переменные оказались наиболее релевантными дескрипторами дискурсивных способностей, тесно связанных с успешностью обучения иностранному языку.

Определяя дискурсивные способности в более широком контексте как отражение в ментальной репрезентации коллективного субъекта различных культурно-исторических кодов, мы смогли показать связь понятийной эквивалентности (подбор синонимов, антонимов, обобщающих понятий) с успешностью формулирования развернутого ответа на вопросы по тексту в устной и письменной форме ($r=0,42$, $p<0,05$). Более глубокое проникновение в другую культуру обеспечивает формирование структур и механизмов, облегчающих восприятие иной картины мира, эффективное межкультурное взаимодействие. И здесь такой дескриптор дискурсивных способностей, как умение быстро переключаться с одного вида дискурса на другой, начинает играть ключевую роль.

Интегральный показатель по шкале вербального поведения учащихся, включающей такие пункты, как «адекватность коммуникации, находчивость», «поддержание интереса в диалоге», «изменение темпа разговора в соответствии с ходом беседы», «легкость включения в разговор», оказался тесно связан с суммарной оценкой по результатам выполнения лексических и структурных заданий ($r=0,36$, $p<0,05$). Так как поведенческие феномены, оцениваемые этими шкалами, являются отличительными признаками дискурсивных способностей, данный результат является косвенным подтверждением того, что грамотное владение лексикой и структурное оформление высказываний являются важными *предикторами* успешной коммуникации.

Взаимосвязь дискурсивных способностей и успешности овладения языком еще раз подтверждает тезис о том, что дискурсивные способности как «индивидуально-психологические особенности успешного овладения дискурсивными практиками» обеспечивают возможность оперирования различными формами дискурса в соответствии с целями коммуникации, социокультурным контекстом, условиями и видами общения. Наличие дискурсивных способностей позволяет добиваться более эффективного взаимодействия и адекватного взаимопонимания участников в процессе их общения, ускоряя процесс выработки стратегий взаимодействия.

Литература

- Бурмистров С.* О концептуальных основаниях диалога культур в условиях глобализации. URL: <http://www.perspektivy.info/print.php?ID=36186> (дата обращения: 06.10.2015).
- Воронин А. Н., Кочкина О. М.* Дискурсивные и лингвистические способности в структуре интеллекта человека // Психология. Журнал высшей школы экономики. 2008. №2. С. 124–132.
- Воронин А. Н., Кочкина О. М.* Структура языковых способностей в процессе освоения дискурсивной практики // Экспериментальная психология. 2009. Т. 2. №3. С. 92–110.
- Ильин Е. П.* Психология общения и межличностных отношений. СПб.: Питер, 2009.
- Кабардов М. К.* Коммуникативные и когнитивные составляющие языковых способностей (индивидуально-типологический подход): Автореф. дис. ... докт. психол. наук. М., 2003.
- Леонтьев А. А.* Психология общения. М.: Смысл, 1997.
- Морозов В. П.* Невербальная коммуникация. Экспериментально-психологические исследования. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2011.
- Осокина С. А.* Индивидуальный тезаурус как система знаний: соотношение понятий «индивидуальный тезаурус» и «языковая личность» // Знание. Понимание. Умение. 2011. №4. С. 178–183.
- Павлова Н. Д., Журавлев А. Л.* К междисциплинарной проблематике дискурса // Ситуационная и личностная детерминация дискурса. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. С. 6–11.
- Смирницкий А. И.* Объективность существования языка // История советского языкознания: Некоторые аспекты общей теории языка: Хрестоматия. М.: Высшая школа, 1981. С. 64–72.
- Совместная деятельность: методология, теория, практика. М.: Наука, 1988.

- Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. М.: Слово, 2008.
- Цепцов В. А., Олив О., Пиола А., Келлогг Р. Ресурсы рабочей памяти в процессе планирования письменной речи на родном и иностранном языке // Проблемы психологии дискурса. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005. С. 165–179.
- Цукерман Г. А. Переход из начальной школы в среднюю как психологическая проблема // Вопросы психологии. 2001. № 5. С. 17–31.
- Щербинин М. Ю. Психологические особенности компьютерных коммуникаций в обучении // Психолого-педагогическая наука в практике современного образования: Сборник научных статей по материалам Международной научно-практической конференции. Часть 1. М.: Пер Сэ, 2004. С. 125–130.
- Scardamalia M., Bereiter C. Computer support for knowledge-building communities // Journal of the Learning Sciences. 1994. № 3. P. 265–283.

КОММЕНТАРИЙ КАК ФОРМА СУЩЕСТВОВАНИЯ ДИСКУРСА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ВИРТУАЛЬНОГО СООБЩЕСТВА (НА ПРИМЕРЕ IT)

А. С. Сергеева, Б. А. Кириллов, Е. Ю. Воронина

В современной практике психологического и междисциплинарного исследования особое место занимают исследования дискурсов отдельных профессиональных практик (Журавлев, Павлова, 2007; Дискурс в современном..., 2011; Сергеев, Сергеева, 2012; Gunnarson, 2009; Grujicic-Alatriste, 2015), дающие ответы на вопросы о структурировании профессионального знания и способах взаимодействия внутри сообществ. Сравнительно недавнее возникновение так называемых профессиональных виртуальных сообществ (ПВС) привело к появлению новых способов и технологий в управлении как внутриорганизационным, так и профессиональным знанием (Сергеева, 2014). Стремительный рост объемов информации и скорости обмена ею в различных профессиональных сообществах представил новые невиданные прежде возможности для профессионального развития, упростил процессы вхождения профессионала в деятельность и обучения на рабочем месте. Участники ПВС получили возможность свободно делиться своими идеями, мыслями, инновационными решениями, новыми инструментами для кооперации и создания команд (в том числе виртуальных). Однако активное развитие технологий, стоящих за созданием ПВС, и увеличение количества таких внутри- и внеорганизационных сообществ вызывает вопрос: является ли общение в этих сообществах чисто утилитарным, служащим цели нахождения ответов в рамках текущей профессиональной задачи или же для успешного функционирования подобного сообщества необходимо наличие множественных пластов коммуникаций внутри сообщества и множественных целей участников сообщества, которые сплачивают сообщество и превращают сервис по поиску информации в живой социальный организм с комплексной иерархией и сложными ин-

тенциями? Для ответа на данный вопрос мы проанализировали дискурсные практики виртуального профессионального сообщества IT-специалистов *Nabrahbr.ru*, представленные в виде комментариев к профессиональным статьям, предлагаемым пользователями друг другу на том же ресурсе. Поскольку статьи представляли собой только отправную точку коммуникации, по сути, задавая исходную тему, которая затем поддерживалась или не поддерживалась в дальнейшем общении между участниками сообщества, в исследовании было принято решение сфокусироваться именно на структуре и свойствах комментариев как типового способа представления дискурсов на данном ресурсе.

Профессиональное виртуальное сообщество

Под виртуальным сообществом (ВС) обычно понимается виртуальная площадка, с помощью которой интернет-пользователи могут находить собеседников со сходными интересами и затем общаться с ними с помощью сайтов, ресурсов и протоколов. Одно из самых первых определений виртуального сообщества, предложенное Уиттакером, Айзексом и О'Деем, включает следующие ключевые составляющие ВС: разделяемые участниками сообщества цели, активное и регулярное участие в жизни сообщества, эмоциональные связи и совместная деятельность, доступ к совместным ресурсам, обмен информацией, поддержка и взаимопомощь внутри сообщества, общий социальный контекст и язык и т.д. (Whittaker et al., 1997). Подобное определение, предложенное Лазаром и Присом (Lazar, Preese, 1998), включает три основные характеристики ВС:

- атрибуты ВС (общие цели и интересы, совместная деятельность членов сообщества, доступ к общим ресурсам и т. д.), в том числе программное обеспечение для поддержания ВС (интернет-группы, виртуальные «доски объявлений», чаты, форумы);
- наличие/отсутствие связи с некоторыми сообществами в реальном мире, т. е. сообщества, образованные по принципу общего хобби, по принципу совместного проживания (городские сообщества) или же полностью анонимные сообщества, не привязанные к реальным идентичностям;
- плотность связи участников сообщества.

Ли выделяет следующие черты, необходимые для того, чтобы ВС стало успешным, привлекательным для целевой аудитории: виртуальное сообщество должно быть построено с учетом характеристик ки-

берпространства, участники ВС сами определяют темы и содержание виртуального общения, контакты между пользователями направлены на развитие взаимоотношений внутри сообщества (Lee et al., 2003; Tamjidyamcholo et al., 2014). Чжан, Хилтц (Zhang, Hiltz, 2003) и Эндриус (Andrews, 2002) отмечают, что мотивация участников ВС носит комплексный характер и заключается не только в поиске информации или экспертного знания для решения проблемы, но также в поиске дружбы и принятия, а также в возможности встретить новых, интересных людей. Батлер предложил четыре типа выгод, которые получает индивид, принимающий участие в ВС: информационные выгоды (доступ к необходимой информации), статусные выгоды (рост профессиональной репутации), социальные выгоды (поддержка и принятие сообществом) и альтруистические выгоды (радость от помощи другим людям) (Butler et al., 2002).

Профессиональные виртуальные сообщества (ПВС, также используется термин «виртуальные сообщества совместной практики», чаще всего как синоним, иногда ПВС определяют как подкласс виртуальных сообществ совместной практики – Dudezert et al., 2006) обладают рядом отличий от виртуальных сообществ общего назначения. Венгер определял ПВС как расширенное сообщество, включенное в совместную деятельность (Wenger, 1998; Tamjidyamcholo et al., 2014), особенно подчеркивая тот факт, что ключевым отличием от обычного ВС является общий профессиональный бэкграунд участников. Чен и Хун называют основным достижением ПВС создание нового способа обмена и управления знаниями в институциональных контекстах (Chen, Hung, 2010). Участники ПВС коммуницируют в сообществе для того, чтобы решить профессиональные задачи и представить решения другим участникам сообщества, что положительно влияет на рост экспертности в рамках профессионального поля. В течение последних десятилетий многие коммерческие и некоммерческие организации начали поощрять рост и развитие таких сообществ не только в рамках организационной практики (интранета), но и для всего поля профессиональной практики, глобального обмена профессиональным знанием. Хейгел и Армстронг (Hagel, Armstrong, 1997) описывали ПВС как сообщество с совместными интересами. Целью подобного сообщества является консолидация людей с похожими интересами и профессиональными знаниями в той или иной области (медицина, информационные технологии, образование и т. д.). Подобной позиции придерживаются Бресслер и Грэнтхем (Bressler, Grantham, 2000), которые говорят о том, что ПВС объединяет людей со смежными

интересами, кооперирующихся друг с другом для достижения совместных целей.

Бугзала и Кауин (Boughzala, Kaouane, 2004) описывают жизненный цикл ПВС как процесс, включающий 6 стадий: возникновение, структурирование, взросление, официализация, консолидация и эволюция. В процессе развития сообщество первоначально группируется вокруг какой-либо идеи или цели, затем растет и структурируется, чтобы в конце концов подойти к концу своего жизненного цикла и дать жизнь новому сообществу, перегруппировавшись для новой задачи. Катци и Ма подразделяют ПВС на внутриорганизационные, межорганизационные и публичные профессиональные сообщества (Katzu, Ma, 2002). Внутриорганизационные сообщества ставят своей целью улучшить обмен знаниями между членами одной организации, межорганизационные сообщества развивают связи между различными организациями или между организациями и их клиентами, публичные профессиональные сообщества чаще всего открыты для любого профессионала в данной области.

Согласно Дюдезерту (Dudezert et al., 2006), можно выделить две основные области исследований ПВС. Первая из них связана с операциональными и структурными характеристиками сообщества, вторая направлена на изучения вопросов обмена и разделения знания внутри сообщества.

Профессиональное виртуальное сообщество и обмен знаниями

Обмен знаниями (knowledge sharing) можно определить, как поведение индивида, направленное на то, чтобы поделиться своим знанием (информацией) с другими в рамках своей организации (Руц, Но, Нап, 2003) и с широкими профессиональными группами (Червинская, Степанова, 2011). В расширительном смысле обмен знаниями можно определить как коммуникационный процесс, включающий двоих и более участников, в котором происходит передача и усвоение знания (Usoro et al., 2007). Основываясь на ряде предшествующих работ, Лин (Lin et al., 2009) формулирует следующие факторы, воздействующие на желание индивида делиться своими знаниями: информационные и коммуникационные технологии, затраты и выгоды, системы поощрений, внешняя и внутренняя мотивация, социальный капитал, социальное и персональное познание, организационный климат, особенности управления. Обсуждая, прежде всего, организационные ПВС, ряд исследователей подчеркивают, что в этих

сообществах часто возникают трудности с обменом знаниями, так как часто не берется в расчет необходимость добровольного участия в этом процессе (Chen, Hung, 2010; Lin et al., 2009). Отмечается также, что для успешного функционирования ПВС необходимо, чтобы участники добровольно делились своим знанием и чтобы в сообществе существовала установка на повторное использование знания (Ba, Stallaert, Whinston, 2001). Васко и Фарай (Wasko, Faraj, 2000) выделили следующие измерения обмена знаниями в ПВС: индивидуальную мотивацию (радость от того, что получилось помочь другим, и ощущение роста своей профессиональной репутации) и измерения, связанные с социальным капиталом (структурное измерение, когнитивное измерение и измерение отношений). Цю, Сюй и Ван (Chiu, Hsu, Wang, 2006) также использовали подход теории человеческого капитала для того, чтобы показать связь обмена знаний и негативного/позитивного воздействия на него группового ожидания. Другим важным фактором выступало ощущение честности и равноценности обмена знаниями в терминах межперсонального доверия, которое необходимо для эффективного взаимодействия (Gefen, 2004). Используя метафору Хуна и Чена, ПВС служат своеобразными «складами» для знаний, в которых люди приносят или забирают информацию (Hung, Cheng, 2013), однако, согласно ряду исследователей, деятельность пользователей в ПВС включает создание, организацию, хранение, распространение и применение знания (Ramachandran et al., 2009).

Знание играет ключевую роль внутри ПВС и может быть описано не только с точки зрения собственно передающейся информации, но и как ключевой ресурс власти и влияния внутри сообщества.

Дискурс профессионального сообщества

Под собственно «профессиональным дискурсом» понимают такой тип дискурса, который возникает в профессиональных контекстах и с профессиональными целями (Gunnarsson, 2009). Гуннарссон включает в данное определение любую коммуникацию между профессионалами одной или нескольких областей с различным или одинаковым опытом, полупрофессионалов, обучающихся; кроме того, в категорию профессионального дискурса попадает и общение профессионала с непрофессионалом (профессионализированной должна быть хотя бы одна сторона общения). При этом характерными для данного типа дискурса Гуннарссон считает следующие черты:

- профессиональную ориентацию языка, использование языка как некоторого «порога вхождения» в специализированную область; язык профессионального дискурса в этом смысле должен отличаться от языка бытового общения (в том числе специализированной терминологией, жанрами и т. д.);
- целеориентированность, направленность на решение конкретной, возникающей в деятельности задачи;
- конвенционализированность и институционализированность: особый тип высказывания и его стиля, сложившийся в обстановке и для решения задач профессиональной деятельности;
- соотносимость этого дискурса с четкими социальными правилами и социальной иерархией внутри социальной практики (профессиональной и организационной);
- зависимость от политического, технико-экономического и социокультурного контекста.

Данные черты профессионального дискурса особенно ярко проявляются в задаче конструирования профессиональной идентичности работника, понимания им процессов собственной профессионализации и социального измерения своей профессии (Johnston et al., 1996).

Цель, задачи и гипотезы исследования

Цель данного исследования – изучение дискурса профессионального виртуального сообщества как профессионального дискурса особого типа, конституирующего поведение своих членов и транслирующего определенный набор тем и «разрешенных» способов высказывания.

Для достижения поставленной цели были решены следующие задачи:

- анализ лингвистического содержания дискурса ПВС методами лингвостатистического анализа;
- анализ концептуальной структуры высказываний в сообществе с помощью алгоритмов кластеризации k-means;
- анализ отношений «Мы–Они» как маркера сформированности системы власти и угнетения в рамках сообщества методами критического анализа дискурса.

Гипотезы исследования:

1. Коммуникация в сообществе носит по преимуществу деятельностно-ориентированный характер, что должно отражаться

в статистических характеристиках ключевых профессиональных терминов операций.

2. Концептуальная структура комментариев отражает как свойства деятельности участников сообщества, так и операции, связанные с непосредственным взаимодействием участников между собой в рамках обсуждения содержания статьи.
3. Существует особое отношение к концептам «знание» и «познание» как ключевым в существовании сообщества, что выражается в статистической значимости и своеобразии контекстов использования данных терминов.
4. Существуют специфические дискурсы о Других, диктующие способ говорения о социальных группах и явлениях вне сообщества. Члены сообщества интериоризируют данные установки и сопротивляются попыткам изменения дискурса.

Описание профессионального виртуального сообщества Nabrahabr.ru

В качестве предмета исследования нами было выбрано профессиональное виртуальное сообщество IT-специалистов Nabrahabr.ru. Данное сообщество было создано в 2006 г. и на сегодняшний день является самым большим русскоязычным сообществом IT-специалистов (на момент исследования – 596371 зарегистрированный пользователь). 85% зарегистрированных пользователей мужского пола, 6% – женского, 13% не указали пол. Сообщество функционирует по принципу коллективного блога, где пользователи пишут статьи на интересующие их темы из сферы проектирования и эксплуатации информационных технологий, а другие пользователи могут выразить свое мнение по поводу статьи с помощью голосования за статью или развернутых комментариев к ней. Указана цель сообщества – «Помогать людям развивать профессиональные навыки и информировать друг друга о происходящем в индустрии информационных технологий» (Nabrahabr, 2015). Живое взаимодействие пользователей проходит в режиме совместного комментирования, обмена мнениями и опытом. Система оценивания пользователей и комментариев представлена метриками под названием «рейтинг» и «карма». Чем выше плюсовые значения кармы и рейтинга, тем больше появляется возможностей для оценки действий других пользователей (более подробно система оценивания представлена на сайте сообщества). Большая часть пользователей владеет аккаунтами read-only, которые не дают возможности комментировать

или оценивать комментарии или статьи других пользователей. Это связано с правилами сообщества, которые предлагают два способа для полноправного членства в сообществе: получение приглашения от другого пользователя-члена (набор таких приглашений ограничен и связан с пользовательской активностью в сообществе) или же написание статьи, оцениваемой другими пользователями-членами как «хорошая», в специальный блог «Песочница». В качестве материала исследования были использованы 257210 комментариев пользователей к самым популярным (высокорейтинговым) статьям за всю историю существования площадки. Такой выбор был обусловлен, прежде всего, тем, что нас интересовали «принятые», немаргинальные способы общения внутри сообщества, в основном именно к популярным статьям было оставлено наибольшее количество комментариев.

Методы и процедуры исследования

Анализ лингвостатистических характеристик текста

В рамках данного исследования мы использовали метрику частоты встречаемости слова в корпусе всех слов комментариев и сравнивали ее с относительной частотой появления слова в корпусе слов современного русского языка (Частотный словарь..., 2015).

Кластерный анализ комментариев

В рамках данного исследования использовался метод кластеризации K-средних (k-means), позволяющий для набора данных найти некоторое заранее заданное число кластеров k. Метод является вариацией более общего метода максимизации ожидания (Expectation-Maximization). На этапе ожидания для каждого кластера подсчитывается центр масс, на этапе максимизации – матрица расстояний каждой точки до каждого центра масс, элементы набора данных снова разбиваются по кластерам в зависимости от ближайшего центра масс. Это повторяется, пока новые центры масс отличаются от старых. Начальные центры масс выбираются случайно. Алгоритм склонен сходиться к локальному минимуму, и поэтому его запускают несколько раз, в качестве итогового результата выбирая лучший результат запуска. В данной работе используется реализация алгоритма k-means, предоставленная пакетом scikit-learn (Pedregosa et al., 2011). Алгоритм на входных данных был запущен 300 раз.

Критический анализ дискурса о Других

Поскольку дискурсная практика виртуального профессионального сообщества создает особую форму реальности, активно воздействующую на участников данного сообщества и формирующую их картину мира (Журавлев, Павлова, 2012), необходимо привлечь методы критического анализа для осмысления образа участника сообщества, прежде всего через противопоставление его Другим – людям или явлениям, исключенным из сообщества или воспринимаемым в оппозиции к основным ценностям сообщества.

В качестве отправной точки анализа был использован подход Джанкс (Janks, 1999) для определения возможных подавляемых групп в рамках общего дискурса профессиональной практики. Дальнейшая работа с реконструкцией образа Другого шла с использованием методов качественного контент-анализа в версии итогового контент-анализа (Hsieh, Shannon, 2005) при помощи ПО MAXQDA 11.

Результаты исследования

Лингвостатистическое содержание дискурса профессионального сообщества

В рамках проведения процедуры анализа лингвостатистических характеристик текста нами был создан корпус частот словоупотреблений на базе 4355916 слов из комментариев пользователей. После приведения словоформ и исключения списка «стоп-слов» данный корпус был подвергнут сравнению с корпусом «Частотный словарь современного русского языка». После сравнения относительных частот наиболее популярных слов нашего корпуса с частотами корпуса-эталона были получены следующие результаты:

- Получены высокие значения как по абсолютной частоте в корпусе, так и по относительной частоте сопоставления с эталонным корпусом для существительных, описывающих ключевые концепты ежедневной рабочей деятельности IT-специалистов (превышают значения в корпусе общего назначения более чем в 100 раз): «код» (и «кодер»), «программа» («программист»), «софт», «данные», «драйвер», «сервер», «пользователь» («юзер»), «сисадмин» («администратор») и др. Это показывает, что основным содержанием коммуникации специалистов в сообществе являются именно различные ракурсы профессиональной деятельности. Среди существительных общего назначения можно

отметить высокие частоты слов «проблема», «решение», «возможность» (первая сотня наиболее частотных слов, при этом превышение частоты появления в корпусе общего назначения более чем в два раза), что может свидетельствовать о месте данных понятий в проблемном поле данной деятельности. Другая высокочастотная область существительных в данном корпусе связана с содержанием деятельности по обсуждению и комментированию исходной статьи, с высокими значениями слов «статья», «пост», «тема», «комментарий» («коммент»), однако их значения (и абсолютные и относительные) все же меньше, чем значения профессиональных концептов.

- Группу высокорейтинговых глаголов можно условно обозначить как «когнитивные процессы создания и переработки знания». Несмотря на то, что условно глаголы можно разбить на три группы, первая из которых скорее относится к процессам обсуждения текущей коммуникации и исходной статьи («писать», «читать», «понимать»), вторая – к процессам мышления и создания знания («знать», «создавать»), а третья – к текущим задачам на рабочем месте («имплементировать», «программировать», «кодить»), все эти глаголы используются достаточно широко во всех трех контекстах.
- Использование прилагательных носит очень ограниченный характер и в основном сводится к дихотомии «хороший–плохой». Это также можно объяснить в терминах профессиональной ориентированности коммуникации в ПВС, сфокусированности на рациональном, а не эмоциональном описании проблем и предложении решений.

Ключевые концепты дискурса профессионального виртуального сообщества

В качестве исходных данных использовалась матрица, одним из измерений которой был набор из 150000 комментариев пользователей, а другим – 170 слов (95 перцентиль) словарного содержания всех комментариев, приведенных к словоформам и с вычетом списка «стоп-слов». Каждому слову приписывалось значение 0 или 1 в зависимости от его присутствия или отсутствия в комментарии (бинарный tf/idf). После проведения процедуры кластерного анализа комментариев были получены следующие результаты:

- При выделении двух кластеров (t -hold 0,05) в первый из них попали комментарии относительно слов «работать», «понимать»,

«знать», «проблема», «работа»; второй кластер содержал «мусорные» значения. Данный результат может свидетельствовать о том, что в сообществе существует различие в содержании высказываний, связанных и не связанных с профессиональной тематикой сообщества. Следует также отметить, что в «рабочее» концептуальное ядро попали глаголы «понимать» и «знать» как, видимо, концептуально близкие к понятию «работа» в данном сообществе, с одной стороны, и как ключевые процессы, описывающие деятельность сообщества – с другой.

- При выделении пяти кластеров (t-hold, 0,1) мы получили три кластера, связанных с понятиями «работать», «думать» и «знать» (где последний включает еще и концепт «проблема»), кластер, включающий обсуждение статьи и рассказанных пользователями историй («понимать», «статья», «случай», «говорить», «работать») и один «мусорный» кластер. Данные результаты можно проинтерпретировать как описание различной когнитивной деятельности коммуникантов в рамках дискурса сообщества.

Таким образом, основываясь на данных анализа, можно отметить присутствие в комментариях различных дискурсных практик, связанных с когнитивной направленностью дискурса сообщества и различными видами обсуждаемых практик. При этом следует отметить ограниченность метода и неспособность описывать тонкие различия внутри выявляемых кластеров, поскольку в данном случае не учитывается полисемия профессионального использования слов, множественность использования контекстов. Для снятия этого противоречия в будущем планируется использовать небинарные метрики TF-IDF и меру MI для оценки частот встречаемости слов (Church et al., 1991).

Дискурс о Других в профессиональном сообществе

В качестве отправной точки для поиска подавляемых в дискурсе сообщества групп мы отталкивались от статистики распределения гендера в сообществе, а также учитывали положение, согласно которому, российское IT-сообщество в основном ориентировано на мужчин (Фрагменты отчета об аналитическом исследовании по теме..., 2003; Блестящие будущие возможности в сфере ИКТ..., 2012). Таким образом, мы предполагали, что концепт «женщина» в данном сообществе может обладать всеми чертами Другого, в том числе дегуманизацией и объективацией (Bearman et al., 2009). Для проверки данного предположения был создан корпус из всех комментариев,

включающих слова «девушка», «женщина», а также набор синонимов, в том числе инвективных. На основании экспертной оценки была проведена классификация полученных комментариев с помощью биполярных категорий на случайной выборке из корпуса (размер случайной выборки – 300 комментариев). Были получены следующие результаты:

- Комментарии, включающие концепт «женщина» как центральную тему дискурса, можно разделить на три большие группы. В первой группе акцент делается на противопоставление мужчин («мы») и женщин («они») как обладающих принципиально различными личными и профессиональными интересами, талантами и интеллектуальными способностями (при этом другой полюс шкалы оценки «женщины равны мужчинам» возникал всего в паре случаев и только как попытка возразить на предыдущее суждение, не самостоятельно). В большинстве комментариев данного типа обычно не только подчеркивались различия, но явно или скрыто превозносились мужские качества и интересы как превосходящие по отношению к женским. В качестве одной из самых популярных подгрупп была выделена неспособность женщин к успеху в области IT, особенно к написанию программ (Пример: *«Интересно, где они надыбают программистов-женщин»*). Следующая группа включала прямую сексуальную объективацию женщин (*«Ну да, а если вместо машинки будет голая девушка с хорошим бюстом – СТР будет еще выше, только вот вопрос, ту ли аудиторию вы привлечете таким баннером?»*). Третья большая группа комментариев включала реплики, связанные с активным отрицанием дискриминации женщин в IT-сфере и критикой феминистского движения (*«Феминизм логичностью никогда не отличался. То, что женщины ни в чем не уступают мужчинам, вовсе не означает, что справедливости следует добиваться естественным путем. Это логика двоечника, который ничуть не хуже отличника потому, что всегда может набить последнему морду»*).
- Если участники сообщества (в ряде случаев) начинали протестовать против подобного, мизогинного способа высказывания (чаще всего с помощью рассказывания своей истории (истории своих знакомых), сообщество нейтрализовало подобный дискурс с помощью предложения концепта: «ты (она) – не обычная женщина», т. е. по сути мягким отказом от изменения сложившегося порядка дискурса. Данное отрицание чаще всего ста-

новилося завершающим в дискуссии («Единицы женщин могут по-настоящему программировать, взгляните правде в глаза. Даже исходя из моего маленького опыта у нас в R&D было 250 мужчин-программистов и всего 3 женщины. Ложь, наглая ложь и статистика. Была чудесная статья, где ученый описывал все это с точки зрения изучения мозга, найду – кину»).

- Большая часть высказываний, включающих концепт «женщина» использовали сарказм или иронию в отношении объекта высказывания. Это также помогало создать дегуманизированный, карикатурный образ объекта высказывания, с другой стороны, юмор использовался как способ внешнего «смягчения» ситуации, перевод грубых и бесчеловечных высказываний в некую «игровую» форму («Неоднократно писали про то, что как раз девочкам-секретаршам очень просто освоить Unity. В том-то и соль – на нее легко пересесть. И чем менее ты программмер и тру-линуксoids – тем проще перейти на Unity!»).

Для выявления еще одной «внешней» по отношению к участникам сообщества группы мы взяли популярное в массмедиа дискурсе представление о бесконечном враждебном противостоянии «технарей» и «гуманитариев». Поскольку, согласно описанию сообщества, в качестве целевой группы сообщества выступают в основном IT-специалисты, которые воспринимают свою деятельность в контексте инженерно-технического дискурса, было решено проверить концепт «гуманитарий» как еще один возможный дискурс о Другом. В рамках проведения анализа была использована та же процедура, что и в случае с дискурсом о женщинах, но кроме этого мы добавили переменную интегральной оценки комментария пользователя ресурса для того, что бы при анализе учитывать степень их согласия/несогласия с представленной позицией. Были получены следующие результаты:

- Большая часть высказываний по теме гуманитариев описывает их как существ с иным (худшим, более слабым) типом мышления и нерациональным поведением; при этом, в отличии от подобного дискурса о женщинах, наблюдается достаточно большое число высказываний, в которых выражается позиция, что гуманитарии не хуже (не глупее) технарей («Мне почему-то кажется, что Дональд Кнут не был бы против называться гуманитарием»). Однако при этом медианные значения пользовательских оценок этих групп комментариев значительно выше в группе, признающих гуманитариев «тупыми», из чего можно сделать

предположение, что второй тип отношения к гуманитариям нарушает порядок дискурса сообщества (*«Вы хоть понимаете, что тогда мы все автоматически станем гуманитариями?!»*).

- Существует тенденция отождествления «гуманитария» с любым необразованным/технически-неграмотным/глупым в житейском смысле человеком; таким образом описывается внутреннее противостояние «элитарной» группы технарей-IT-специалистов и остального «гуманитарного», необразованного мира (*«Гуманитарий с техническим уклоном: он сразу приложил сканер к монитору вместо того, чтобы сделать фото на телефон и сканировать мобильник»*).

На основании проведенного дискурсного анализа можно сделать вывод о том, что дискурс сообщества включает в себя определенные способы представления и говорения как минимум о двух «внешних» по отношению к сообществу группах – «женщинах» и «гуманитариях». Весьма вероятно, что данные представления не являются уникальными для данного сообщества, но будут с незначительными вариациями транслироваться в рамках других сообществ данной профессиональной культуры.

Выводы

По результатам проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

- Содержание дискурса сообщества в целом носит профессиональный характер и в достаточной мере сосредоточено на объектах и процедурах профессиональной деятельности IT-специалиста.
- Концептуальная структура высказываний специалистов подразделяется на процессы, связанные с деятельностью, пониманием и познанием (как ключевыми измерениями данного дискурса), а также общением в рамках обсуждения представленных статей.
- Существуют разработанные дискурсы о Других, определяющие способ говорения о некоторых социальных группах вне области. Сообщество негативно относится к нарушению порядка дискурса по отношению к данным группам и использует методы дискурсного (контрвысказывания) и внедискурсного (голосование за комментарии) воздействия на членов сообщества, чтобы восстановить принятый порядок.

В дальнейших исследованиях планируется исследовать интенционную структуру цепочек комментариев (спонтанных диалогов) и изучить типовые сценарии комментирования в рамках данного сообщества.

Литература

- Блестящие будущие возможности в сфере ИКТ для нового поколения женщин by International Girls in ICT – 2012. URL <http://girlsiniict.org/what-girls-ict-day> (дата обращения: 15.07.2015).
- Дискурс в современном мире. Психологические исследования / Отв. ред. Н. Д. Павлова, И. А. Зачесова. М.: Изд-во: «Институт психологии РАН», 2011.
- Журавлев А. Л., Павлова Н. Д. К междисциплинарной проблематике дискурса // Ситуационная и личностная детерминация дискурса / Под ред. Н. Д. Павловой, И. А. Зачесовой. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. С. 6–11.
- Психологическое воздействие: Механизмы, стратегии, возможности противодействия / Под ред. А. Л. Журавлева, Н. Д. Павловой. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012.
- Сергеев С. Ф., Сергеева А. С. Введение в теорию дискурсного поля учебной организации // Открытое образование. 2012. №3. С. 67–73.
- Сергеева А. С. Концепция дискурсного поля при описании обучающихся компонентов виртуальных профессиональных сообществ // Труды Международной научно-практической конференции «Психология труда, инженерная психология и эргономика 2014». Эрго, 2014. С. 322–325.
- Фрагменты отчета об аналитическом исследовании по теме: «Анализ тенденций развития ИКТ и их применение в социально-экономической сфере», ИД «Компьютерра» 2003. URL: http://www.silicontaiga.ru/article/files/2074_1.pdf (дата обращения: 22.10.2015).
- Частотный словарь современного русского языка. URL: <http://bokrcorpora.narod.ru/frqlist/frqlist.html> (дата обращения: 22.10.2015).
- Червинская К. Р., Степанова В. О. Шеринг как процесс разделения знаний в организациях: обзор работ и перспективы дальнейших исследований // Вестн. С.-Петербург. ун-та. 2011. Сер. 12. Вып. 3. С. 178–184.
- Andrews D. Audience-specific online community design // Communications of the ACM. 2002. 45 (4). P. 64–68.

- Ba S., Stallaert J., Whinston A. B.* Optimal Investment in Knowledge Within a Firm Using a Market Mechanism // *Management Science*. 2001. V. 47 (9). P. 1203–1219.
- Bearman S., Korobov N., Thorne A.* The fabric of internalized sexism // *Journal of Integrated Social Sciences*. 2009. 1 (1). P. 10–47.
- Boughzala I., Kaouane F.* Vers un cadre méthodologique pour la conception des communautés professionnelles virtuelles, 10ème colloque de l'AIM, 21–23 septembre, 2005, Toulouse, France by Duzert A., Heibült H. and Boughzala I. (2006). Virtual professional communities and their role for knowledge management AIM 2006 // *Information Systems and Collaboration: State of the Art and Perspectives, Best Papers of the 11th International Conference of the Association Information and Management (AIM), Luxembourg*. 2006. June 8–9. P. 187–212.
- Bressler S. E., Grantham C.* Communities of commerce: building internet business communities to accelerate growth, minimize risk and increase customer loyalty. McGraw-Hill Professional, 2000.
- Butler B. S., Sproull L., Kiesler S., Kraut R.* Community effort in online groups: who does the work and why? // S. Weisband (Ed.). *Leadership at a Distance*. Lawrence Erlbaum Associates. N. J., 2002. P. 346–362.
- Chen C. J., Hung S. W.* To give or to receive? Factors influencing members' knowledge sharing and community promotion in professional virtual communities // *Information & Management*. 2010. 47 (4). P. 226–236.
- Chiu C. M., Hsu M. H., Wang E. T. G.* Understanding Knowledge Sharing // *Virtual Communities: An Integration of Social Capital and Social Cognitive Theories, Decision Support Systems*. 2006. V. 42. № 3. P. 1872–1888.
- Church K., Gale W., Hanks P., Hindle D.* Using Statistics in Lexical Analysis. *Lexical Acquisition: Exploiting On-Line Resources to Build a Lexicon*. New Jersey, Lawrence Erlbaum, 1991. P. 115–164.
- Duzert A., Heibült H., Boughzala I.* Virtual professional communities and their role for knowledge management AIM 2006 // *Information Systems and Collaboration: State of the Art and Perspectives, Best Papers of the 11th International Conference of the Association Information and Management (AIM), Luxembourg*, 2006. June 8–9. P. 187–212.
- Gefen D., Pavlou P.* Building effective online marketplaces with institution-based trust // *Information Systems Research*. 2004. V. 15 (1) P. 37–59.

- Grujicic-Alatryste L.* (Ed.). *Linking Discourse Studies to Professional Practice Multilingual Matters*, 2015.
- Gunnarsson B. L.* *Professional discourse*. L.–N. Y.: Continuum, 2009.
- Habrahabr.ru*. URL: <http://www.habrahabr.ru> (дата обращения: 22.10.2015).
- Hagel H., Armstrong A.* *Net gain: Expanding markets through virtual communities*. Boston, MA: Harvard Business School Press, 1997.
- Hsieh H.-F., Shannon S. E.* Three approaches to qualitative content analysis *Qualitative Health Research*. 2005. V. 15 (9). P. 1277–1288.
- Hung S.-W., Cheng M.-J.* Are you ready for knowledge sharing? An empirical study of virtual communities // *Computers & Education*. 2013. V. 62. P. 8–17.
- Janks H.* Critical Discourse Analysis as a Research Tool // J. Marshall, M. Peters (Eds). *Education Policy. The International Library of Comparative Public Policy*. Cheltenham, UK: Elgar, 1999. Chapter 4. P. 49–62.
- Johnston S., Lee A., McGregor H.* Engineering as Captive Discourse // *PHIL & TECH*. 1996. V. 1. № 3–4. Spring. P. 2.
- Katzy B. R., Ma X.* Virtual Professional Communities // *Definitions and Typology, Proceedings of the International Conference on Concurrent Engineering*. Rome, 2002. June. P. 14–16.
- Lazar J., Preece J.* Classification scheme for online communities. *Proceedings of the Fourth Americas Conference on Information Systems*. Baltimore, MD, 1998. P. 84–86.
- Lee F. S., Vogel D., Limayem M.* Virtual community informatics: a review and research agenda // *Journal of Information Technology Theory and Application*. 2003. V. 5 (1). P. 47–61.
- Lin M., Hung S., Chen C.* Fostering the determinants of knowledge sharing in professional virtual communities // *Computers in Human Behavior*. 2009. V. 25. P. 929–939.
- Pedregosa F.* et al. Scikit-learn: Machine Learning in Python // *JMLR* 12, 2011. P. 2825–2830.
- Ramachandran S. D., Chong S. C., Hishamuddin I.* The practice of knowledge management processes: A comparative study of public and private higher education institutions in Malaysia // *VINE*. 2009. V. 39. № 3. P. 203–222.
- Ryu S., Hee Ho S., Han I.* Knowledge sharing behavior of physicians in hospitals // *Expert Systems with Applications*. 2003. 25. P. 113–122.
- Tamjidyamcholo A.* et al. Evaluation model for knowledge sharing in information security professional virtual community // *Computers & Security*. 2014. 43. P. 19–34.

- Usono A., Sharratt M. W., Tsui E., Shekhar S.* Trust as an antecedent to knowledge sharing in virtual communities of practice // *Knowledge Management Research & Practice*. 2007. 5 (3). P. 199–212.
- Wasko M. M., Faraj S.* It is what one does: why people participate and help others in electronic communities of practice // *Journal of Strategic Information Systems*. 2000. V. 9. P. 2–3.
- Wenger E* *Communities of practice: learning, meaning and identity*. Cambridge University Press, 1998.
- Whittaker S., Issacs E., O'Day V.* Widening the Net: Workshop report on the theory and practice of physical and network communities // *SIGCHI Bulletin*. 1997. V. 29. № 3. P. 27–30.
- Zhang Y., Hiltz S. R.* Factors that influence online relationship development in a knowledge sharing community // *Proceedings of the ninth American conference on information systems*, 2003. P. 410–417.

ИНТЕНЦИОНАЛЬНЫЕ КАТЕГОРИИ ПОВСЕДНЕВНОГО ДИСКУРСА В СТУДЕНЧЕСКОЙ СРЕДЕ*

В. А. Афиногенова, Н. Д. Павлова

Важным направлением современных исследований дискурса является изучение его интенциональных оснований, раскрывающее актуальное состояние партнеров общения (Ушакова и др., 2000; Павлова, 2005; Журавлев, Павлова, 2007; Кубрак, 2007), использование ими тех или иных приемов психологического воздействия (Григорьева, Павлова, 2012; Психологическое воздействие..., 2012, 2014), процесс взаимопонимания (Гребенщикова, Зачесова, 2012), формирующиеся межличностные отношения (Гребенщикова, Зачесова, 2014). Вместе с тем, несмотря на растущее число работ, не сформировалось единого подхода к номенклатуре и классификации речевых интенций. Поскольку в различных социальных и коммуникативных контекстах реализуется определенный спектр речевых интенций и одни и те же интенции могут иметь своеобразное проявление, актуальность приобретает вопрос определения категорий интенций, характерных для конкретных видов дискурса (Павлова, Гребенщикова, 2014).

Цель настоящей статьи – представление словаря интенциональных категорий, характерных для неформального повседневного дискурса в студенческой среде.

Объектом исследования выступали диалоги в ситуации повседневного общения, в перерывах учебных занятий. В отдельном диалоге принимало участие от 2 до 11 человек. Всего в исследовании участвовало 34 студента третьего-четвертого курсов факультета психологии ГАУГН, хорошо знакомых друг с другом (6 юношей и 28 девушек, средний возраст – 18,7 лет). Было записано 58 диалогов

* Работа выполнена в соответствии с Государственным заданием ФАНО РФ № 0159-2016-0009.

(средняя продолжительность – 29 реплик, $\min=5$, $\max=195$), в которых зарегистрировано 2299 реализованных интенций.

Процедура исследования включала несколько этапов. *На первом этапе* осуществлялся сбор эмпирического материала по методу «скрытого магнитофона» (Русская разговорная речь, 1978) и аудиозаписи транскрибировались по системе Аткинсона–Херитаджа (Atkinson, Heritage, 1984). *На втором этапе* проводился интент-анализ транскриптов (Ушакова и др., 2000; Павлова, 2007), составлялся словарь интенций с их кратким описанием и контекстными примерами. Интент-анализ проводился тремя экспертами, которые независимо друг от друга осуществляли квалификацию речевых интенций. Результаты обсуждались совместно, принималось согласованное решение относительно категорий выявленных интенций. *На третьем этапе* к процедуре экспертной оценки привлекались дополнительно еще два эксперта-психолингвиста, которые на условиях анонимности оценивали выраженность категорий интенций из предложенного списка в трех транскриптах различной продолжительности, проблематики и с разным числом коммуникантов. Для единообразия понимания в каждом бланке был приведен список речевых интенций с определениями.

Результаты исследования

Оценка работы экспертов с применением коэффициента каппа Флейса (1989) обнаружила, что работа экспертов согласованна, данные ими оценки не случайны (κ -каппа=0,41, $p=0,002$). Оценка степени совпадения данных интент-анализа диалогов с позициями экспертов с использованием статистики отношения шансов (Флейс, 1989) показала, что данные ими оценки с высокой вероятностью совпадают с результатами интент-анализа ($w=7,1$; станд. ошибка $w=3,34$ при $p=0,02$). Это свидетельствует о валидности процедуры и надежности результатов, а также о том, что интенциональные характеристики диалогов понятны и успешно восстанавливаются экспертами.

Интент-анализ диалогов выявил 53 интенциональные категории, перечень которых представлен ниже. Приводится краткое описание каждой категории, количественные показатели ее выраженности в исследуемом дискурсе и контекстные примеры реализации. При номинации интенциональных категорий использованы толковые словари В.И. Даля (2011), Т.Ф. Ефремовой (2005), С.И. Ожегова (2010), под редакцией Д.Н. Ушакова (Толковый словарь..., 2009), Н.Ю. Шведовой (Толковый словарь..., 2011). Избран

ные номинации могут отражать не самые частотные значения используемых слов. Некоторые интенциональные категории близки по смыслу, поэтому в постраничных сносках приводятся их дифференциальные признаки.

Стоит отметить, что в числе обнаруженных интенций присутствует группа так называемых «эмоциональных» интенций («выразить недовольство», «выразить сочувствие» и т. п.), в передаче которых важную роль играют невербальные средства: интонация, темп речи, жесты и пр.

Обратимся к рассмотрению составленного словаря.

1. **«Вызвать сочувствие»** (0,3%*) – пробудить отзывчивое, участливое отношение к своим чувствам или чувствам другого.

Говорящий может побуждать собеседника к проявлению сострадания и сочувствия как по отношению к себе, так и к третьим лицам, о которых идет речь в разговоре. В ответ он ожидает поддержки и/или сопереживания. Однако собеседник может ответить иронично или вовсе проигнорировать эту интенцию.

Пример 1. Коммуникант Д. рассказывает собеседнику А. о проблемах в написании курсовой работы. А. сопереживает ему.

Д.: Меня посылает научный руководитель! Я к нему подхожу / а он / Все-все / занят //[†]

А.: Не везет //

2. **«Выразить заботу»** (0,3%) – выразить беспокойство и внимание к собеседнику.

Коммуникант проявляет внимание, равнодушие к собеседнику, беспокоится о его самочувствии. Как правило, данная интенция не получает вербального отклика партнера, однако в некоторых случаях отклик реализуется.

Пример 2. Партнер Л. обеспокоен самочувствием собеседницы и интересуется причинами ее нездоровья. М. отвечает, что чувствует себя нехорошо с четверга.

Л.: Ты чего приболела так / М.?

М.: Да не знаю // Чего-то как-то так странно // С четверга //

* Здесь и далее в скобках указано процентное отношение интенций данной категории к общему количеству интенций, реализованных в речевом материале.

† Жирным шрифтом выделяется реплика, содержащая описываемую категорию интенций.

3. **«Выразить иронию»** (3,1%) – выразить тонкую насмешку над кем-либо (собеседником или третьим лицом).

Выражение этой интенции сопровождается повышенным эмоциональным тоном. Она не всегда получает вербальный отклик. При этом случаев проявления обиды со стороны собеседника не отмечено. Напротив, партнеры начинают смеяться, улавливая несерьезность сказанного, сами иронизируют в ответ.

Пример 3. Лб. делится с собеседницей А. своими ощущениями. А. иронизирует по этому поводу. Лб. не обижается на иронию в свой адрес и иронизирует в ответ.

Лб.: *Я как на работу еду / так у меня все болит!*

А.: *Это любовь к работе так проявляется //*

Лб.: *Она чувствует / как я ее люблю!*

4. **«Выразить недовольство»** (3,4%) – выразить неудовлетворенность, отрицательное отношение к чему-либо или кому-либо.

Актуализация этой интенции сопровождается повышением тона речи и восходящей интонацией. Как правило, она остается вербально неотреагированной, однако в некоторых случаях наблюдается стремление партнера по коммуникации успокоить собеседника.

Пример 4. Лс. ночью на сотовый телефон звонил неизвестный ей человек. Она полагает, что это Арс. сообщил кому-то ее номер без разрешения. Лс. неоднократно выражает свое недовольство партнером, повышая интонацию голоса. Арс. пытается оправдаться, успокоить собеседницу, пошутить для разрядки обстановки.

Лс.: *Мои номера раздают направо и налево / блин!*

Арс.: *Это не я был!*

Лс.: *Врешь! <...> Вот будешь теперь искать у себя / кто мне звонил!*

Арс.: *Я не знаю вообще / каким это боком // Просто темные силы / понимаешь?*

5. **«Выразить обеспокоенность»** (1%) – выразить волнение, тревогу о чем-либо (событии, состоянии).

Говорящий субъект проявляет тревогу, волнение в связи с некими событиями, которые происходят вокруг либо обсуждаются в разговоре. В ответ на реализацию данной интенции собеседники проявляют эмпатию, стараются развеять или, наоборот, усилить волнение говорящего, апеллируя к определенным фактам.

Пример 5. Коммуникант С. обеспокоен предстоящей сдачей зачета и интересуется его процедурой. Обеспокоенность С. возрастает после ответа Им. Он уточняет, что именно спрашивают на зачете. Собеседник М. дает свои пояснения, успокаивая С.

С.: А *** // **Там что спрашивают?**

Им.: *Там так спрашивают / С. / что вообще просто!*

С.: **А о чем спрашивают? О том / что рассказывали или //**

М. (перебил): *То / что рассказывали //*

6. **«Выразить радость»** (0,4%) – выразить удовлетворение чем-либо (событием, действием и пр.).

Интенция «выразить радость», как и предыдущие, относится к числу «эмоциональных». Ее выражение сопровождается повышением тона речи, однако в отличие от случаев проявления интенции «выразить недовольство» говорящий улыбается.

Пример 6. Собеседница В. радуется приходу Мш. на лекции. Мш. старается уточнить причину этого. В. поясняет, что ей нужно узнать темы его курсовых работ.

В.: **Ой / Мш. / как вовремя ты пришел!**

Мш.: *В смысле?*

В.: *Ну я сейчас у тебя спрошу тему твоей курсовой работы //*

7. **«Выразить свое мнение»** (3,6%) – выразить свой взгляд, свое отношение к чему-либо (событию, факту) или кому-либо (собеседнику, третьему лицу).

При актуализации данной интенции между собеседниками может возникнуть обмен мнениями, который имеет характер обсуждения.

Пример 7. Коммуникант С. хочет узнать у собеседников, какие еще предметы будет трудно сдавать на сессии. Д. считает, что все предметы можно сдать легко. Им. имеет сходное мнение. По мнению М., сложным для сдачи будет предмет ***.

С.: *А кого еще / кроме *** / трудно сдавать?*

Д.: **Да в принципе всех легко сдавать //**

Им.: *<...> Да по-моему кроме *** больше никого //*

М.: ***** еще по-моему //**

8. **«Выразить сожаление»** (1%) – выразить печаль, огорчение в связи с невозможностью изменить или осуществить что-либо (действия).

Говорящий огорчен некими событиями, которые произошли или происходят. Обнаруживая эту «эмоциональную» интенцию, он стремится найти поддержку, понимание, помощь. Как свидетельствует приведенный ниже пример, эта интенция не всегда находит вербальный отклик у собеседника.

Пример 8. Коммуникант Св. жалеет, что сегодня не удастся уйти пораньше домой. В ответ на это собеседница А. сообщает о своих планах.

Св.: *Сегодня до конца [занятий] придется сидеть // Сегодня еще к научной [научному руководителю курсовой работы] идти //*
А.: *Не / я сегодня к научной не пойду //*

9. «Выразить удивление» (4,2%) – выразить впечатление от чего-либо неожиданного, непонятного, необычного.

Эта интенция также предполагает выражение говорящим своего эмоционального состояния: сказанное партнером кажется ему неожиданным, странным, и он старается правильно его понять. Актуализация этой интенции в большинстве случаев не встречает вербальной реакции собеседника.

Пример 9. Коммуникант Л. жалуется на внутренний дискомфорт. Собеседница Св. удивлена и интересуется, что за этим стоит.

Л.: *Чет меня напрягает все / надоело //*
Св.: *Ты чего это?! Чего тебя напрягает?*

10. «Дать указание» (1%) – дать разъяснение, определяющее, как нужно действовать в ситуации.

Говорящий указывает собеседнику, как ему следует вести себя, побуждает его к тому или иному варианту действий. Реакцией на указание может стать совершение / уклонение от предписываемых действий, либо выражение согласия / несогласия с указанием. В некоторых случаях данная интенция может остаться без отклика.

Пример 10. Коммуникант С. вошел в аудиторию и интересуется, где Л. Им. сообщает, что она обедает. Поэтому коммуникант М. побуждает С. оставить учебник, который нужно передать И., на парте.

С.: *А Л. нету?*
Им.: *Она кушает //*
М.: *Ну она здесь / оставляй [учебник на ее парте] //*
С.. *оставляет учебник на парте.*

11. «Завершить разговор» (0,5%) – закончить обсуждение чего-либо.

Выражая данную интенцию, говорящий побуждает собеседника к окончанию обсуждения. В одних случаях разговор действительно прекращается, в других развивается при содействии сторонних участников.

Пример 11. Собеседница Л. передала К. учебные материалы. К. попросила разрешения забрать их, однако, получив отказ, стремится закончить разговор. Разговор завершается.

К.: *Можно прямо с папочкой забрать [материалы]?*

Л.: *Ты же сказала / что так помотришь / если тебе до завтра //*

К.: *А / да / точно //* **Все //**

12. «Запросить информацию» (3,4%) – обратиться к собеседнику за необходимыми сведениями.

Говорящий хочет получить нужную ему информацию. Собеседник в ответ, как правило, сообщает то, что требовалось. Интенция сходна с интенцией «поинтересоваться» (см. ниже), однако в данном случае коммуниканту требуются конкретные факты, а не их оценка собеседником.

Пример 12. Говорящий Аб. хочет узнать, придет ли собеседница Мл. в институт. Мл. отвечает ему кратко, что придет.

Аб.: *Ты завтра придешь [на лекции]?*

Мл.: *Да //*

13. «Извиниться» (0,1%) – принести извинения собеседнику по поводу какой-либо ситуации / действия, попросив прощения.

Говорящий понимает, что его действия или ситуация, в которой он участвовал, могли обидеть собеседника или доставить ему неудобства. Он приносит извинения, признавая свою ошибку и надеясь на прощение и понимание со стороны партнера. Тот обычно не дает вербального отклика, который, однако, подразумевается, но может и игнорировать принесенные извинения.

Пример 13. Разговор начинается с просьбы коммуниканта К. взять диктофон для проведения исследования. В. отказывает в просьбе и извиняется, оправдывая такой ответ.

К.: *Слушай / а ты мне сможешь в четверг дать диктофон? Ну это же диктофон?*

В.: *Да / только я в четверг его в клинику заберу //* <...> *Так бы я бы дала //*

14. «Информировать»* (5,6%) – дать собеседнику определенные сведения, предоставить факты о ком-либо (других собеседниках, третьих лицах) / чем-либо (событиях, предметах).

Говорящий уведомляет о том, что реально или потенциально (по его предположению) важно и нужно для собеседника. Как правило, данная интенция актуализируется в ответ на стремление собеседника получить информацию. Иллюстрацией может служить следующий фрагмент:

Пример 14. Коммуникант В. информирует собеседницу А. об условиях получения задания по учебному предмету. Она удивлена сказанным В.

В.: А. / *по поводу *** / кстати / он просил прислать ему пустое письмо / а он вышет лично каждому задание //*

А.: О-о-о //

15. «Критиковать» (0,3%) – указать на недостатки кого-либо.

В процессе коммуникации говорящий может направлять критику на партнера или высказываться отрицательно о третьих лицах, которые упоминаются в разговоре. В ответ на критику может звучать встречная критика, оправдание, партнер может попытаться убедить в правильности своих слов. Возможно также отсутствие всякой вербальной реакции.

Пример 15. Коммуникант Лб. жалуется на свое состояние. Собеседница А. удивлена и отклоняет жалобу. Лб. иронизирует, в ответ на что звучит критика прозвучавших жалоб. Лб. не отвечает на критику, а лишь информирует А. о том, что ей пора на работу.

Лб.: *Как я замерзла! Я просто вообще не могу!*

А.: *Да?! А мне жарко //*

Лб.: *Везет! Везет же / что тебе жарко-то / а!*

А.: *Не вижу разницы // Какая разница / жарко / холодно? Главное / что нормально было //*

Лб.: *Так / все / я поехала на работу //<...>*

* Интенция «информировать» сходна с интенциями «сообщить» и «рассказать», однако между ними существуют различия. Информирова собеседника, субъект приводит факты, касающиеся событий, людей, предметов, его высказывания безоценочны; интенция «сообщить» предполагает приведение лично окрашенной информации, в том числе информации о себе; наконец, стремление рассказать отличает развернутость реплик, в которые включаются многочисленные детали и подробности.

- 16. «Намекнуть»** (0,5%) – сказать намеком о ком-либо (третьем лице) или чем-либо (предмете, действии).

Выражаясь намеками, субъект общения имеет в виду определенный подтекст, который, по его мнению, должен быть ясен партнеру. Актуализируется эта интенция в случаях, когда необходимо указать партнеру на определенные факты, не обидев, побудить к действиям. Ответная реплика собеседника может обнаруживать согласие или несогласие, прояснять подтекст, представлять некие факты в свое оправдание. В некоторых случаях коммуникант делает вид, что вообще не заметил намека.

Пример 16. Говорящий М. выражает свое мнение по поводу возврата учебника. Собеседник С. удивлен. М. намекает ему на то, что И. нужно вернуть также тетради с лекциями. Намек понят: С. поясняет ситуацию и обещает вернуть их позже.

М.: *Она [Ирина] будет очень рада увидеть свой учебник //*
С.: *Да?!*

М.: *А еще она вспоминала про какие-то лекции //*
С.: *Ну я их ищу //*

- 17. «Напомнить»** (0,4%) – вызвать воспоминания, сказать собеседнику о чем-либо, чтобы тот не забыл.

Говорящий обращается к собеседнику с целью напомнить ему о том, что нужно сделать, обратить его внимание на определенные факты. Реакцией на проявление этой интенции может быть согласие собеседника осуществить предложенные действия, а также их уточнение.

Пример 17. Говорящий М. напоминает партнеру, что нужно учить материалы по предмету. Собеседник В. выражает согласие.

М.: **** [материалы по ***] нужно учить //*

В.: *А / да / я знаю //* *Я тоже подумала об этом //*

- 18. «Настоять»** (0,7%) – добиться обсуждения чего-либо или совершения определенных действий.

В процессе разговора говорящий может настаивать на обсуждении интересующей его темы, хотя партнеры уходят от нее: уклоняются от ответа или вовсе не реагируют. Также говорящий субъект может настаивать на совершении определенных действий (нередко предложенных им самим). В ответ партнер может выразить согласие, отклонить предложение, отнестись к настоянию с недовольством или сомнением, уйти от конкретного ответа, а может и вообще не реагировать на высказанное настояние.

Пример 18. У собеседницы Св. плохое настроение. Она полагает, что все будет в порядке, если хорошо выспаться. Поэтому Аб. предлагает ей пойти домой спать. Св. отклоняет предложение. Аб. настаивает на предложенном. Однако Св. отвечает отказом, с сожалением указывая на его причину.

Св.: *Надо ложиться спать / и тогда все будет хорошо //*

Аб.: *Ну уйди после *** и спать //*

Св.: *Мне / к научной надо //*

Аб.: **Ну после *** и иди //**

Св.: *Мне с В. надо //*

19. «Обвинить» (0,1%) – предъявить обвинения, претензии собеседнику.

Говорящий выражает данную интенцию в том случае, когда полагает, что собеседник в чем-то виноват, и хочет указать на это. В ответ партнер по коммуникации нередко старается оправдаться, представить ситуацию в шутливой или выигрышной для него форме.

Пример 19. Собеседница Лс. крайне недовольна и намекает Арс. на то, что он передал ее номер телефона незнакомому человеку. Арс. старается оправдаться. Но Лс. не принимает оправдание и обвиняет собеседника во лжи. Арс. вновь оправдывается, пытается успокоить Лс. и отшутиться. Однако Лс. продолжает его обвинять. Арс. советует Лс. поискать неизвестного абонента среди ее знакомых.

Лс.: *Мои номера раздают направо и налево / блин!*

Арс.: *Это не я был!*

Лс.: **Врешь!**

Арс.: *Я не знаю вообще / каким это боком //* Просто темные силы / понимаешь?

Лс.: **Не верю!**

Арс.: *Надо просто разобраться со своим настоящим / как говорится //*

20. «Обещать» (0,5%) – взять добровольное обязательство сделать что-либо.

В процессе разговора коммуникант в ответ на просьбу либо по собственному побуждению, желая помочь собеседнику или выполняя взятые прежде обязательства, дает обещание выполнить определенные действия. В ответ на это собеседник может выразить признательность, недовольство или оставить обещание без вербального отклика.

Пример 20. Собеседница А. просит Аб. прислать ей методику в электронном виде. Аб. соглашается, однако просит напомнить ей об этом. А. обещает напомнить об этом.

А.: *Можешь мне ее [методику С. Бэм] прислать [в электронном виде] //*

Аб.: *Ой / могу // Ну ты тогда / знаешь / <...> напомни просто //*

А.: *<...> Ну я тебе сегодня вечером напишу [в социальной сети Одноклассники] //*

21. «Обозначить понимание партнера» (0,7%) – продемонстрировать осмысление, принятие к сведению сказанного собеседником.

Особенностью выражения этой интенции является широкое использование междометий типа «угу», «а-а-а», «м-м-м». Манифестация данной интенции не требует обязательного вербального отклика, хотя он может и последовать.

Пример 21. Собеседница Мл. высказывает предположение о сроках выполнения задания. Аб. подтверждает предположение. Мл. демонстрирует понимание сказанного.

Мл.: *К следующей пятнице [выполнить задание] / да?*

Аб.: *Да / к следующей пятнице //*

Мл.: *Угу //*

22. «Обозначить участие в разговоре» (1%) – показать свою заинтересованность в теме беседы и готовность включиться в ее обсуждение.

Субъект стремится продемонстрировать остальным участникам коммуникации свое желание и готовность принять участие в беседе. Эта интенция обычно проявляется в ответ на стремление партнеров вовлечь его в разговор, привлечь внимание либо служит знаком того, что человек слушает и включен в общение.

Пример 22. Одна из собеседниц (В.) привлекает внимание присутствующей в аудитории Ж., окликнув ее по имени. Та отзывается и включается в разговор. Третий коммуникант (О.) сразу обращается к ней с просьбой рассказать об учебе.

В.: *Ж. / Ж. //*

Ж.: *Да-да //*

О.: *Расскажите / пожалуйста // Вот будущий / пока она заканчивает 11-й класс / психолог // <...> Ну вы расскажите будущему вашему коллеге //*

23. «Оправдаться» (0,9%) – показать свою невиновность, допустимость, оправданность своих действий.

Выражая эту интенцию, говорящий стремится объяснить свои действия, чтобы избежать обиды и неправильного понимания. Вербальный отклик собеседника следует не всегда. В этой связи Р. Ратмайр отмечает, что в случае неявного извинения приведенные объяснения (оправдания)отреагируются минимально («*Было ужасное движение // – Ну ничего / Все в порядке //*») или вовсе неотреагируются (Ратмайр, 2003, с. 106).

Пример 23. Говорящий А. упрекает Л. в прогуле занятий и иронизирует по этому поводу. Собеседница Л. возражает и старается превратить все в шутку. Однако А. недовольна и старается убедить партнера в обратном. Л. оправдывает свои действия, поясняя их.

А.: *Между прочим / Л. / я считаю / что более культурно уйти до пары / чем посреди пары!*

Л (смеется): *Да ладно / никто не заметил!*

А.: *Действительно! С этого ряда встала и ушла!*

Л.: *Мы с И. так сообразили<...> // Ну там все равно ничего такого / они<...> обсуждали курсовую //*

24. «Отклонить» (3,3%) – отвергнуть, выразить свое несогласие с чем-либо.

Выражая данную интенцию, говорящий отвергает предлагаемый собеседником вариант действий. При этом в исследуемом дискурсе между коммуникантами не отмечается возникновения ссор или обид.

Пример 24. Ан. предлагает К. выдать ее стипендию присутствующей в аудитории студентке А. К. отклоняет предложение и иронизирует по этому поводу. Ан. предлагает выдать стипендию А., однако она также отклоняет это предложение.

Ан.: *К. / я твою [стипендию] А. отдам?*

К.: *Не / я ее знаю //*

Ан.: *Тебе дать денег?*

А.: *Не / пока не надо //*

25. «Поблагодарить» (0,5%) – выразить признательность собеседнику.

Говорящий благодарит своего партнера за совершение определенных действий или готовность к ним, например, за готовность выполнить просьбу, как в приведенном ниже примере:

Пример 25. Коммуникант А. обращается к М. с просьбой передать для заполнения тест ее матери. М. выражает готовность выполнить просьбу, за что А. ее благодарит.

А.: А она [мать М.] может мне тест заполнить?

М.: Хорошо //

А.: Спасибо //

Вербального ответа партнера на выражение данной интенции может и не последовать, поскольку интенция «поблагодарить» относится к числу этикетных. Подобные интенции, указывая на воспитанность субъекта, обычно не предполагают ответного отклика.

26. «Подтвердить/согласиться» (7,6%) – выразить согласие с собеседником относительно чего-либо.

Интенция «подтвердить/согласиться» проявляется в ответ на предположение, просьбу, предложение партнера. Отличительной особенностью ее реализации является краткость: говорящий отвечает на реплику партнера утвердительно в нескольких словах.

Пример 26. Коммуникант В. предлагает А. посмотреть недавно сделанные фотографии. А. соглашается с предложением партнера.

В.: Фотки показать?

А.: Ну давай //

27. «Пожаловаться» (1,4%) – высказать недовольствие относительно чего-либо; сообщить о своем неуспехе/трудной ситуации/плохом самочувствии и т. п.

Выражая данную интенцию, коммуникант рассчитывает на понимание, сопереживание со стороны партнера. Однако возможны случаи, когда в ответ на ее манифестацию проявляются другие, несозвучные интенции – «критиковать», «выразить удивление», «выразить иронию».

Пример 27. Коммуникант Лб. жалуется А. на свое состояние. А. выражает удивление.

Лб.: Как я замерзла! Я просто вообще не могу!

А.: Да?! А мне жарко //

28. «Поинтересоваться»* (3,8%) – проявить интерес к чему-либо (действию, событию).

* Интенция «поинтересоваться» сходна с интенцией «запросить информацию», однако в данном случае человека интересует не столько информация как таковая, сколько отношение к ней партнера. Разговор

Интенция «поинтересоваться» реализуется в процессе коммуникации в том случае, когда говорящий заинтересовался чем-то и хочет узнать от партнера подробности. В ответ партнер сообщает новую информацию или уточняет уже известную, иногда уходит от прямого ответа.

Пример 28. Один из участников коммуникации М. интересуется ценами в клубе, который недавно посетила собеседница Ан. Однако та уходит от конкретного ответа.

М.: **Цены высокие** [в клубе «Д-В»]?

Ан.: *Ну как? В Москве вообще цены высокие //*

29. «Помочь» (0,4%) – оказать помощь, поддержку, содействие собеседнику в чем-либо.

Субъект обнаруживает интенцию оказать помощь собеседнику в ответ на его просьбу, выраженную явно или завуалировано, или же по собственной инициативе. Так, в приведенном ниже примере, объясняя сокурснику важный для того материал, коммуникант проявляет стремление оказать ему помощь:

Пример 29. Коммуникант Аб. сообщает о своей проблеме и просит помощи. В. хочет помочь и указывает на возможную причину этой проблемы. Аб. уточняет подробности. В. старается помочь и информирует о необходимых действиях.

Аб: *Представляешь! Я забила все свои данные в статистику // <...> Но у меня ничего не действительно //*

В.: *Ну ты наверно Crack не сделала //*

Аб.: *А что это такое?*

В.: *После установки программы /<...> на диске<...> есть такая программка / Crack называется // Вот ее надо нажать и тогда все будет замечательно // Сейчас у тебя программа работает просто в деморежиме //*

30. «Поприветствовать» (0,3%) – обратиться кому-либо с приветствием.

Говорящий обращается к своему потенциальному собеседнику с выражением дружелюбия, чтобы начать с ним разговор. Эта интенция может выражаться как в начале диалога, так и по его ходу при увеличении числа участников. Собеседник может ответить на приветствие, а может сразу включиться в разговор.

развивается в фатическом плане, в то время как интенции «запросить информацию», «информировать» присущи диалогу проблемного характера (Зачесова, Гребенщикова, 2007; Гребенщикова, Зачесова, 2014).

Пример 30. В. приветствует Л. и интересуется ее текущей деятельностью. Собеседница включается в разговор, сообщая, чем она занята.

В.: *Привет // Ты чего тут делаешь?*

Л.: *Ну я доделываю [свою работу] //*

Интенция «поприветствовать» относится к числу этикетных. Порог вежливости в диалогах студентов, как и в семейных разговорах (Гребенщикова, Зачесова, 2014), снижен: собеседники хорошо знают друг друга, общение не ограничено формальными правилами. Поэтому коммуникант не всегда слышит ответное приветствие и при включении в разговор сразу переходит к обсуждению темы.

31. «Попросить» (2,9%) – обратиться с просьбой к собеседнику.

У субъекта появляется потребность в чем-либо (совершении действий, получении предметов и т. п.). Он не может ее удовлетворить самостоятельно и обращается с просьбой к партнерам. Просьбы нередко выражаются прямо, как в следующем примере:

Пример 31. Коммуникант Л. обращается к М. с просьбой дать ей ложку. М. старается уйти от ее выполнения. Однако Л. настаивает. В результате М. выполняет просьбу.

Л.: *М. / достань / пожалуйста / ложку //*

М.: *М-м-м / это сложно //*

Л.: *Нет / на самом деле //*

М. дает ложку Л.

Просьба может быть выражена и в форме описания возникших затруднений: *«Мне просто в четверг надо идти на исследование по курсовой // Мне нужен диктофон //<...> У меня есть / короче / на mp3-плеере / но я ни разу им не пользовалась //»*. Реакция собеседников на обращенные к ним просьбы различна: партнер может согласиться выполнить просьбу, отказаться от ее выполнения, уйти от ответа, пообещать выполнить просьбу в будущем и др.

32. «Посоветовать» (0,7%) – дать собеседнику рекомендацию по поводу того, как ему лучше действовать.

Выражая интенцию «посоветовать», говорящий стремится рекомендовать партнеру определенные действия. Собеседник может принять совет, а может и отказаться от него. В некоторых случаях эта интенция остается вербально неотреагированной.

Пример 32. А. спрашивает, почему Л. отсутствует на занятиях. Собеседница Лр. информирует ее о том, что Л. в больнице и советует всем теплее одеваться. Ее совет остается без вербального отклика.

А.: Куда Л. пропала?

Лр.: Л. в больнице лежит // Она две недели уже // Простыла //
Одевайтесь / девочки / теплее!

33. «Посочувствовать» (0,2%) – отнестись участливо, отзывчиво к переживаниям собеседника/третьих лиц.

Обычно данная интенция реализуется в ответ на стремление собеседника вызвать сочувствие и тем самым проявляется отзывчивость, чуткость, сопереживание. В исследуемом дискурсе проявление сочувствия вербального отреагирования не имеет (см. также: Морозов, 2011; и др.).

Пример 33. Коммуникант В. выражает собеседнице Мл. свое предположение о ее посещении детского сада. Мл. подтверждает предположение В., старается вызвать ее сочувствие и хвастается реакцией детей на ее уход. В. сочувствует детям и выражает иронию по поводу поступка Мл.

В.: А ты / что / в детский садик все?

Мл.: Да // Я уходила / они так плакали! Они // в слезы и рыдать //

В.: Мл.! Как ты могла?!

34. «Похвалить» (0,7%) – высказать похвалу, одобрение собеседнику относительно его действий/их последствий.

Говорящий одобряет действия собеседника, совершенные в его присутствии или ранее. В последнем случае интенция выражается в ответ на сообщение собеседника о его действиях, нередко в связи с проявленным им стремлением похвастаться. Вербальный отклик на интенцию похвалить может и не последовать.

Пример 34. Собеседница А. интересуется причиной веселого настроения Л. Та сообщает, что пообедала и собирается идти к научному руководителю. В ответ А. хвастается, что уже сходила к своему научному руководителю. Л. хвалит ее за это.

А.: А ты чего такая веселая идешь?

Л. (смеется): Я из столовки // К *** [научному руководителю] //

А.: А я уже ходила к научнице!

Л.: М-м-м / молодец //

35. «Похвастаться» (1,6%) – высказаться с хвастовством о себе/своих действиях.

Говорящий хвастается своими действиями или хорошим отношением к нему других людей и ожидает, что собеседники похвалят его

в ответ. Вместе с тем возникают и такие ситуации, когда партнер в ответ на хвастовство тоже хвастается.

Пример 35. Собеседница А. сообщает остальным, что руководитель практики заболела, поэтому занятий не будет. Ан. хвастается, что Кс., несмотря ни на что, выполнила свое обещание: принесла халат для практики. А. в ответ хвастается тем, что В. о ней позаботилась и сообщила вчера об отмене практики. Собеседница Ан., в свою очередь, оправдывается за причиненные Кс. неудобства (напрасно принесла халат).

А.: Она [руководитель практики] заболела //

Ан.: Меня Кс. убила / **она мне халат принесла!**

А.: **А мне В. написала вчера вечером / не неси халат!**

Ан.: А я чет думала / что Кс. тоже в первой группе / и я думала / что В. ей написала тоже насчет практики //

36. «Пошутить» (2,5%) – сказать что-либо не всерьез, ради забавы.

Коммуникант стремится сделать атмосферу общения более комфортной и дружеской. В ответ на шутку собеседник может засмеяться, а может и никак не проявить себя. Эта интенция не требует обязательного вербального отклика.

Пример 36. Коммуникант Св. сообщает собеседникам о желании поспать. Собеседница Л., шутя, предлагает поспать вместе. Св. старается уточнить понимание, однако ответа не получает. М. шутит по поводу выраженных Л. намерений. Л. смеется в ответ.

Св.: *Спать хочу //*

Л.: **Ой / давай спать вместе!**

Св.: А?

М.: **Л. / ты уже со мной обещала [поспать]!**

Л. смеется.

Данная интенция схожа с интенцией «выразить иронию», однако последняя подразумевает язвительную, «острую» шутку, которая может обидеть собеседника.

37. «Пояснить» (10,3%) – сделать что-либо (сведения, факты) более ясным, понятным.

Говорящий, выражая интенцию «пояснить», стремится раскрыть и расширить обсуждаемую тему, дополнить сказанное собеседниками. Он также может отвечать пояснением на уточняющий вопрос партнера, который проявил интерес и хочет узнать подробности.

Пример 37. Партнер Л. высказывает предположение о том, что Св. потеряла социальную карту. Св. отклоняет это предположение и поясняет, что у карточки закончился срок действия. Л. удивлена и задает уточняющий вопрос. Св. поясняет ситуацию.

Л.: *Посеяла [социальную карту студента]?*

Св.: *Нет / она у меня закончилась // Как ни странно //*

Л.: *Как это так?*

Св.: *Я же вылетала из универа // Вот // Карточка у меня была та же //*

38. «Предложить» (1,7%) – представить на рассмотрение собеседника возможный вариант действий, решения проблемы, соображений.

Коммуникант предлагает собеседнику вариант действий для решения проблемы, он может им воспользоваться или отвергнуть его.

Пример 38. Партнер Св. сообщает собеседнице, что ее плохое настроение связано с недосыпом. Аб. предлагает ей пойти домой спать. Св. отклоняет это предложение, с сожалением говоря о необходимости посетить научного руководителя.

Св.: *Надо ложиться спать / и тогда все будет хорошо //*

Аб.: *Ну уйди после *** [лекции] и спать //*

Св.: *Мне / к научной надо //*

39. «Предположить» (5,2%) – высказать собеседнику свою догадку, соображение относительно чего-либо (событий, фактов), допустить возможность чего-либо.

В ходе обсуждения коммуникант неоднократно может высказывать предположения относительно предмета разговора. Партнер может согласиться, а может и отвергнуть их, высказав свои предположения. Интенция «предположить» может быть выражена, например, в закрытом вопросе:

Пример 39. Коммуникант Лр. выдвигает предположение относительно лекций во вторник. Собеседник В. подтверждает это предположение.

Лр.: *Ну мы не учимся во вторник пока / да?*

В.: *Ну вроде да //*

40. «Предупредить» (0,3%) – известить собеседника заранее о возможных препятствиях, последствиях действий и пр.

В процессе коммуникации один из собеседников проявляет желание сообщить партнеру о возможных сложностях в решении проблемы,

последствиях совершаемых действий. Собеседник может принять предупреждение, а может воспринять его отрицательно, с недовольством.

Пример 40. Коммуникант Мл. обращается к В. с просьбой разрешить воспользоваться ее лекциями. В. удивлена такой просьбе. Аб. предупреждает Мл. о невозможности разобрать записи лекции. Мл. с недовольством отклоняет это предупреждение.

Мл.: В. / а можно у тебя лекции получить?

В.: У меня?!

Аб.: Ты не поймешь у нее //

Мл.: Нет / я всегда все понимаю!

41. «Привлечь внимание/вовлечь в разговор» (2,3%) – побудить собеседника обратить внимание на обсуждение, включиться в него.

Эта интенция выражается при необходимости обратить внимание собеседника на происходящее, включить его в общение. В ответ коммуникант может обозначить свое участие в беседе, сконцентрировать внимание на словах говорящего, а может и не откликнуться.

Пример 41. Коммуникант В. старается привлечь внимание Л. и включить ее в обсуждение новой темы. Л. откликается, обозначая свое участие в разговоре. В. спрашивает у нее о работе библиотеки.

В.: *Слушай* //

Л.: А //

В.: *Библиотека сейчас* [работает]?

Отметим, что маркерами данной интенции выступают: обращения, обозначающие конкретных собеседников или группы людей (*Ребята / а сейчас лекции идут / да?*), императивы, обозначающие речевые действия («скажи») и процесс восприятия («слушай», «смотри»), а также их сочетания (*Слушай / Ань / а ты не использовала эту методiku?*).

42. «Развлечь» (0,5%) – повеселить собеседника.

Субъект стремится развеселить собеседника, который в некоторых случаях начинает смеяться в ответ, но иногда данная интенция не получает отклика, как в ниже приведенном примере:

Пример 42. Коммуникант Л. хочет развлечь собеседницу В. и сообщает о своей оплошности. Однако В. никак не реагирует. В разговор вступает собеседница Аб. и сообщает о своей проблеме.

Л.: В. //

В.: М-м-м?

Л.: Я как всегда забыла! **Прикинь / я выпила таблетку / что-бы не забыть // И забыла // Поесть //** (смеется)

Аб.: *Представляешь! Я забила все свои данные в статистику // А у меня ничего [не получается] //*

43. «Разрешить» (0,3%) – позволить собеседнику вступить в разговор или совершить какие-либо действия.

Эта интенция может выражаться в ответ на просьбу вступить в разговор или совершить определенные действия.

Пример 43. Коммуникант О. просит разрешения поговорить со студентами в аудитории. Лс. разрешает. О. вступает в разговор и высказывает свое предположение.

О.: *Можно зайти с вами поговорить?*

Лс.: **Можно // Зайдите // <...>**

О.: *Вы тоже здесь [на факультете психологии] учитесь?*

44. «Рассказать» (1,5%) – изложить что-либо.

В процессе коммуникации нередко возникают ситуации, в которых человек хочет поделиться своими впечатлениями, воспоминаниями. В таком случае реплики обычно продолжительны, избыточны подробностями и деталями. Разговор нередко становится интереснее для партнеров общения.

Пример 44. Коммуникант Аб. рассказывает про детство своей племянницы. М. в ответ сообщает, что она тоже иногда покупает детские пюре.

Аб.: **Когда племяшка у нас росла / так классно было / детские пюрешки / тертый бананчик // Мы ей делали дома тертый банан с какими-нибудь еще фруктами // Тертые пюрешки // Ну как / чего там / ребенок маленький / и себе делаешь //**

М.: *Ой / на меня тоже иногда находит // И приходится самой покупать пюре //*

45. «Скорректировать» (0,6%) – внести поправки в сведения о чем-либо.

Говорящий выражает эту интенцию в ответ на сообщение информации, которая, с его точки зрения, является неточной. Реакцией на актуализацию данной интенции могут стать пояснения, уточняющие вопросы.

Пример 45. Коммуникант О. выражает предположение, что на курсе Лс. учатся в основном студенты-бюджетники. Лс. корректирует это предположение. О. уточняет понимание реплики Лс.

О.: *Ну ваш курс / в основном все бюджетники / я надеюсь так //*

Лс.: *Не / ну у нас есть платники / но в основном бюджетники //*

О.: *Есть платники / да?*

46. «Солидаризоваться» (0,7%) – выразить единодушие с собеседником по поводу сказанного.

Эта интенция проявляется в том случае, когда говорящий обнаруживает общность своих взглядов, интересов с собеседником. В ответ на проявление этой интенции партнер может обнаружить аналогичное стремление:

Пример 46. Мл. сообщает, что могла бы взять собаку с улицы. Аб. солидаризуется с ее мнением, поясняя его и критикуя людей, которые покупают собак. Мл., в свою очередь, солидаризуется с собеседницей в том, что можно взять и маленького щенка.

Мл.: *Я бы собаку с улицы умудрилась притащить домой //*

Аб.: *Я бы тоже / кстати //* Лучшие с улицы // Зачем покупать / когда столько этих / брошенных?!<...>Не / ну маленького щенка бросили // Вот его и можно //

Мл.: *Ну да / а те / которые взрослые / уже не возьмешь //*

47. «Сообщить» (6,1%) – осведомить собеседника о чем-либо.

Выражая эту интенцию, говорящий осведомляет собеседника о чем-либо и вкладывает в реплику личностный смысл, оценочные суждения.

Пример 47. Партнер К. рассказывает, как она оформляла загранпаспорт. В разговор вступает коммуникант Л. и задает уточняющий вопрос. К. сообщает подробности оформления паспорта.

К.: *Я просто делала / мне папа позвонил и сказал / привези мне свидетельство о рождении / паспорт и справку о том / что ты учишься в институте //<...>*

Л.: *Это для загранки?*

К.: *Да / я заплатила сто баксов и мне все сделали вот так / быстро // Там / реально / недели за две мне сделали //*

48. «Убедить» (0,6%) – склонить собеседника принять определенную точку зрения, поверить во что-либо.

Выражая интенцию «убедить», говорящий стремится к принятию партнером его точки зрения. Ответной реакцией могут стать критика предложенной позиции, убеждение в правильности другой позиции, уход от конкретного ответа. Иногда данная интенция остается неотрагированной.

Пример 48. Говорящий М. с недовольством предполагает, что придется ехать на практическое занятие. В. старается ее успокоить и пояснить ситуацию. Однако М. недовольна и убеждает В. в неудобстве такого графика. В. старается убедить М. в преимуществах принятого варианта. М. все равно недовольна и настаивает на своем.

М.: *И в пятницу надо будет ехать [на практику]?*

В.: *М. / ну понимаешь / это с утра // С утра у тебя день не потерян //*

М.: *Ну так у тебя вся пятница свободна // А так нужно куда-то ехать // И в четверг ехать и в пятницу ехать //*

<...>

В.: *Нет / ну просто так ты там будешь торчать до восьми как минимум //*

М.: *Да ну и что! Уже если день потерян / то весь //*

49. «Уйти от ответа» (2,6%) – постараться избежать прямого ответа на реплику собеседника, выразиться в общем плане.

В процессе разговора могут возникать ситуации, когда коммуникант стремится избежать конкретного ответа на реплику партнера и отвечает обобщенно. Партнер при этом может настаивать или не настаивать на конкретном ответе.

Пример 49. Говорящий А. сообщает о своих планах. Св. интересуется, как продвигается ее работа с научным руководителем. А. уходит от конкретного ответа. Св. с иронией отмечает, что ей повезло.

А.: *Я к научной не пойду сегодня //*

Св.: *Как у тебя с ней там?*

А.: *Ну // Пока я в процессе делания / и обработки //*

Св.: *Везет!*

50. «Узнать мнение» (0,6%) – получить сведения об отношении собеседника к чему-либо.

У одного из собеседников может появиться желание узнать мнение партнера по обсуждаемой теме, выяснить отношение к ситуации и т. п. Если в разговоре принимают участие несколько человек, интенция «узнать мнение» может получить несколько откликов.

Пример 50. Коммуникант М. хочет выяснить мнение Д. и А. о новом учебном предмете. Д. новый предмет очень понравился. А. выражает свое мнение более сдержанно.

М.: *Интересный предмет?*

Д.: *О да / очень классный! Психология *** // Ну мне понравился / очень //*

А.: *Ну пока так // Пока он только первый профиль рассказывал // <...>*

51. «Упрекнуть» (0,2%) – выразить неодобрение собеседника, его действий.

Выражая эту интенцию, субъект стремится выразить партнеру свое неодобрение, указать на то, что его действия неправильны и их нужно изменить. В ответ на упрек собеседник пытается сгладить ситуацию и избежать негативного отношения к себе: оправдывается, стремится вызвать сочувствие и пр.

Пример 51. А. упрекает Мл. в нерегулярном посещении занятий. Мл. сообщает, что в это время заканчивала свое исследование, и старается вызвать сочувствие собеседницы.

А.: *Клево ты ходишь! Сегодня пришла на полпары //*

Мл.: *Я дописала наконец / закончила двоих детей // Они так плакали / когда я уходила!*

52. «Успокоить» (1,3%) – рассеять беспокойство/сожаление/недовольство собеседника.

В процессе разговора коммуникант стремится рассеять сожаления или беспокойство собеседника, нивелировать его недовольство. Эта интенция обычно обнаруживается в ответ на проявление интенций пожаловаться, выразить обеспокоенность или недовольство происходящим. Реакции на стремление говорящего успокоить собеседника может и не последовать.

Пример 52. Д. жалуется партнеру А. на отсутствие темы курсовой работы. А. старается успокоить собеседника.

Д.: *Я даже свою тему не знаю! <...> Вообще! У меня нет темы!*

А.: *Ну ладно / успокойся //*

53. «Уточнить» (6,3%) – сделать полученные сведения для себя более точными, конкретными, задав вопрос собеседнику.

Как правило, выражая данную интенцию в процессе беседы, коммуникант стремится прояснить непонятные моменты. Интенция

часто выражается в вопросительном предложении. В ответ партнер дает пояснения.

Пример 53. Коммуникант В. выражает радость по поводу прихода Мш. Тот не понимает причины такой радости и уточняет это у собеседницы. В. поясняет, что хочет узнать у него тему курсовой работы.

В.: *Ой / Мш. / как вовремя ты пришел!*

Мш.: **В смысле?**

В.: *Ну я сейчас у тебя спрошу тему твоей курсовой работы //*

Завершая рассмотрение интенциональных категорий, свойственных исследованному виду дискурса, отметим, что речевые интенции могут быть как осознанными, так и неосознанными. Они различаются также отчетливостью выражения. Наряду с открытым проявлением, когда интенция прямо обозначается, к примеру, соответствующим глаголом («Обещаю помочь»), существуют различные способы косвенного, неявного выражения, в которых важны не столько языковые и невербальные средства, сколько условия коммуникации, психологические предпосылки и пр. В этой связи важно подчеркнуть, что представленный словарь интенциональных категорий охватывает такие случаи проявления интенций, которые удастся зафиксировать доказательно.

С использованием описанного словаря проведено исследование интенциональной организации речевого взаимодействия собеседников и получены новые данные, касающиеся формирующихся в последовательности реплик интенциональных паттернов (Афиногенова, 2015; Афиногенова, Павлова, 2015). Тем самым положено начало изучению неформального повседневного дискурса в студенческой среде: охарактеризованы актуальные интенции субъектов общения, преобладающая интенциональная направленность и интенциональная насыщенность дискурса.

Вместе с тем словарь может быть полезен при изучении других видов дискурса и содействовать разработке типологии речевых интенций. Его могут использовать также практикующие психологи и психотерапевты для организации взаимодействия и оказания помощи в осознании клиентом своих интенций.

Литература

Афиногенова В. А. Интенциональная организация речевого взаимодействия в неформальном повседневном дискурсе: Дис. ... канд. психол. наук. М.: Институт психологии РАН, 2015.

- Афиногенова В. А., Павлова Н. Д. Интенциональные паттерны в репликах собеседников // Экспериментальная психология. 2015. Т. 8. № 2. С. 36–44.
- Гребенщикова Т. А., Зачесова И. А. Интенциональный аспект взаимодействия в семейном диалоге // Вопросы психолингвистики. 2012. № 16. С. 106–114.
- Гребенщикова Т. А., Зачесова И. А. Психология повседневного дискурса. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014.
- Григорьева А. А., Павлова Н. Д. Взаимосвязь интенциональных характеристик масс-медийного дискурса и используемых в нем приемов речевого воздействия // Психологическое воздействие: механизмы, стратегии, возможности противодействия М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012. С. 163–178.
- Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка. В 4 т. М.: Дрофа, 2011.
- Ефремова Т. Ф. Современный толковый словарь русского языка. В 3 т. М.: АСТ, 2005.
- Журавлев А. Л., Павлова Н. Д. К междисциплинарной проблематике дискурса // Ситуационная и личностная детерминация дискурса. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. С. 6–11.
- Зачесова И. А., Гребенщикова Т. А. Взаимоотношения собеседников в диалоге // Ситуационная и личностная детерминация дискурса. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. С. 162–184.
- Кубрак Т. А. Интенция самопрезентации субъекта в различных видах дискурса // Ситуационная и личностная детерминация дискурса. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. С. 185–204.
- Морозов В. П. Невербальная коммуникация. Экспериментально-психологическое исследование. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2011.
- Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка / Под ред. Л. И. Скворцова. М.: Оникс, 2010.
- Павлова Н. Д. Интерактивный аспект дискурса: подходы к исследованию // Психологический журнал. 2005. Т. 26. № 4. С. 66–76.
- Павлова Н. Д. Метод интен-анализа в изучении дискурса // Гуманитарный вестник Переяслав-Хмельницкого гос. пед. ун-та им. Григория Сковороды. Переяслав-Хмельницкий, 2007. № 12. С. 203–207.
- Павлова Н. Д., Гребенщикова Т. А. О типологии речевых интенций в дискурсе // Психолингвистика: сборник научных трудов. Переяслав-Хмельницкий: Переяслав-Хмельницкий гос. пед. ун-т им. Григория Сковороды, 2014. № 16. С. 135–143.

- Психологическое воздействие: механизмы, стратегии, возможности противодействия. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012.
- Психологическое воздействие в межличностной и массовой коммуникации. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014.
- Ратмайр Р.* Прагматика извинения. Сравнительное исследование на материале русского языка и русской культуры. М.: Языки славянской культуры, 2003.
- Русская разговорная речь. Тексты / Под ред. Е. А. Земской, Л. А. Капанадзе. М.: Наука, 1978.
- Толковый словарь русского языка. В 4 т. / Под ред. Д. Н. Ушакова. М.: АСТ, 2009. Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / Отв. ред. Н. Ю. Шведова. М.: ИЦ «Азбуковник», 2011.
- Ушакова Т. Н., Павлова Н. Д., Латынов В. В., Алексеев К. И., Цепцов В. А.* Слово в действии. Интент-анализ политического дискурса. СПб.: Алетейя, 2000.
- Флейс Дж.* Статистические методы для изучения таблиц долей и пропорций. М.: Финансы и статистика, 1989.
- Atkinson J. M., Heritage J.* Structures of Social Action: Studies in Conversation analysis. Cambridge: Cambridge University Press, 1984.

Раздел 2

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ЭФФЕКТЫ ДИСКУРСИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

СУБЪЕКТ В ИНФОРМАЦИОННОЙ КОММУНИКАЦИИ: ЗАКОНОМЕРНОСТИ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ СМИ

Л. В. Матвеева

С глобализацией информационного пространства и техническими достижениями в области коммуникативных технологий связано превращение телевидения и Интернета в могучий инструмент воздействия на картину мира как отдельного человека, так и коллективных субъектов (Матвеева, 2011; Матвеева и др., 2000; Латынов, 2013; Психологическое воздействие..., 2014; и мн. др.).

Основной задачей психологии в области исследования информационной коммуникации, на наш взгляд, является научная рефлексия характера информационных взаимодействий между различными субъектами общества с участием СМИ. Можно выделить основные черты, характеризующие существование человечества в информационной «глобальной деревне» (термин М. Маклюэна – McLuhan, 1995):

1. Бурный рост информационных технологий породил феномен *«дефицита полезной информации при изобилии информационного шума»*, что привело к резкому увеличению нагрузки на когнитивные способности человека и усложнило процессы принятия адекватного решения.
2. Широкое распространение мультимедийных средств коммуникации привело к модификации всех сторон жизни общества, превратив их в спектакль как по содержательной, так и по пространственно-временной характеристике. Это определило еще одну размерность в картине мира человека – *«перформансность»*, что находит свое выражение в смешении игровой и практической деятельности. Хейзинга называет это универсальной характеристикой современной культуры, выражающейся в категории *«пуерилизма»* (ребячливость). Хейзинга видит проявление этого

феномена в потребности в банальных развлечениях, тяге к сенсациям, массовым зрелищам и в потребности поведения как бы по мерке отроческого и юношеского возраста (Хейзинга, 1992). Так, новости на телевидении все больше приобретают характер шоу, а реальная жизнь стала объектом зрелища, как, например, в Real TV-шоу.

3. Доминирование опосредствованных способов взаимодействия между людьми привело к тому, что визуальная коммуникация, визуальные коды и визуальные образы стали основным средством представления лидеров, успех которых стал во многом зависеть от того, насколько хорошо они смотрятся на телевизионном экране. Появился новый тип героя – шоумен, и появился новый тип звезд – телезвезда, блогер, понятие харизмы редуцируется до представления об имидже, а понятие красоты видоизменяется в понятие выразительности.

Можно утверждать, что сращивание новейших информационных технологий, современных психотехнологий (НЛП, меметика и т. д.) и способов электронного монтажа открывают принципиально новые возможности через средства массовой информации влиять на человека как на уровне индивидуального и коллективного сознания, так и на уровне поступков и принятия решений в ситуации свободного выбора (Матвеева, 2011; Психологическое воздействие..., 2012; и др.). Научные теории – фрейминга (Entman, 1993) и конструирования социальной реальности (Бергер, Лукман, 1994) фактически являются рекомендациями по манипулированию зрительными изображениями и вербальными конструктами с целью создания независимой от человека виртуальной реальности, которая может представлять серьезную угрозу для его психики.

Современные информационные технологии позволяют воздействовать на человека, используя достижения психологии, физиологии и медицины. Все это требует комплексного осмысления и исследования с привлечением различных областей науки.

В течение длительного и тесного сотрудничества с ведущими вещательными каналами и медийными холдингами нам удалось разработать теоретическую модель, описывающую психологические аспекты взаимодействия человека с информационным пространством, которое формируется средствами массовой информации. Они заключаются в следующем:

1. Прежде всего, меняется численность партнеров, одновременно вступающих в общение. Коммуникатором как партнером по об-

щению в случае опосредствования выступает коммуникативная корпорация, представляющая собой высокоорганизованную техническую систему с коллективом людей, подконтрольная государству. В нее включаются, с одной стороны, законодательство по СМИ, осуществляющее государственный контроль над коммуникацией, интересы инвесторов, рекламодателей и владельцев СМИ и социальный заказчик определенного информационного продукта, а с другой стороны, система управления коммуникативной организацией, собственно творческий коллектив и технические службы, создающие информационный поток, а также внешние и внутренние источники информации. Реципиентом или «пассивным» партнером по общению в случае опосредствования выступает совокупность индивидов, в целостной картине мира которых представлены все уровни самоидентификации: индивид как носитель образа Я, индивид как носитель групповых ценностей и норм, индивид как носитель менталитета (коллективного сознания) (см.: Абульханова, 1997; Брушлинский, 1997). Если за информационным сообщением стоит совокупный продукт совместной четко организованной деятельности людей разных профессий (управление, технические службы) и процедура использования техники творческими работниками жестко иерархизирована и сходна по структуре с техническими системами, но при этом принцип организации труда творческих работников телевидения сходен с атмосферой «тусовки», то зритель, реципиент вступает в телеобщение как индивид или несвязанные между собой индивиды.

2. Значительно усиливается роль образной регуляции коммуникативного взаимодействия в случае опосредствования. Так, коммуникатор вынужден создавать коммуникативное сообщение на основе образного представления о целевой аудитории как партнере по общению. При этом коммуникативный акт осуществляется как бы в квазиреальности общения, где взаимодействуют образ Я, образ автора, образ зрителя и образ «идеального» коммуникативного сообщения. В свою очередь реципиент, погружаясь в атмосферу информационного взаимодействия, исходя из образа себя и желаемого образа коммуникативного сообщения, выстраивает образ коммуникатора как партнера по общению и основывается при этом на его визуальном образе. Важной особенностью такого коммуникативного взаимодействия является принципиальная разнесенность партнеров по общению в пространственно-временных координатах.

натах и их взаимодействие в плоскости символической реальности.

3. Коммуникативное сообщение является результатом работы организованной группы людей разных профессий, действующих в интересах определенных социальных групп или государственной системы. В связи с этим возрастает число факторов, влияющих на характер содержания сообщения, специфику формы, на выбор вербальных и образных кодов, которые используются для построения сообщения и расстановки смысловых акцентов. В нашей структурной модели коммуникативного акта в условиях опосредствования мы выделяем семь факторов, которые могут влиять на коммуникативное сообщение:
 - Личностный (индивидуальный) фактор. Воздействие личностных ценностей, установок, этических норм, индивидуальных характеристик творческих работников коммуникативной организации на динамические характеристики коммуникативного сообщения (КС).
 - Фактор социальных ролей. Воздействие на особенности языка и смысловые схемы КС социальных ролей, профессиональных отношений и личностных диспозиций всего коллектива коммуникативной организации.
 - Фактор управления коммуникативной корпорацией. Цели корпорации, стиль управления, уровень профессионализма влияют на программную политику информационного канала.
 - Фактор статуса коммуникативной организации. Степень разработанности иерархических уровней управления творческими и технологическими процессами по созданию КС и, как результат, определенный статус коммуникативной организации среди других коммуникативных корпораций влияет на политику информационного канала в целом.
 - Финансовый фактор. Влияние на информационную политику коммуникативной корпорации интересов рекламодателей, инвесторов и владельцев, которые могут опосредствовано воздействовать как на технический уровень организации информационного потока, так и на имидж корпорации в целом.
 - Фактор государственного или общественного регулирования деятельности коммуникативных корпораций, которое осуществляется через законодательство по СМИ и влияет на смысловой уровень и на «свободу слова».
 - Идеологический фактор (контекст КС). Влияние господствующей идеологии в обществе на содержание КС.

4. Резкое усиление одного из коллективных партнеров за счет использования информационных технологий позволяет интенсифицировать процесс взаимодействия на разных уровнях.

По нашему мнению, структуру процессов общения в информационной коммуникации можно представить как трехуровневую систему взаимодействия индивидуального и коллективного сознания, напоминающую вложенных друг в друга «матрешек» (см. рисунок 1),

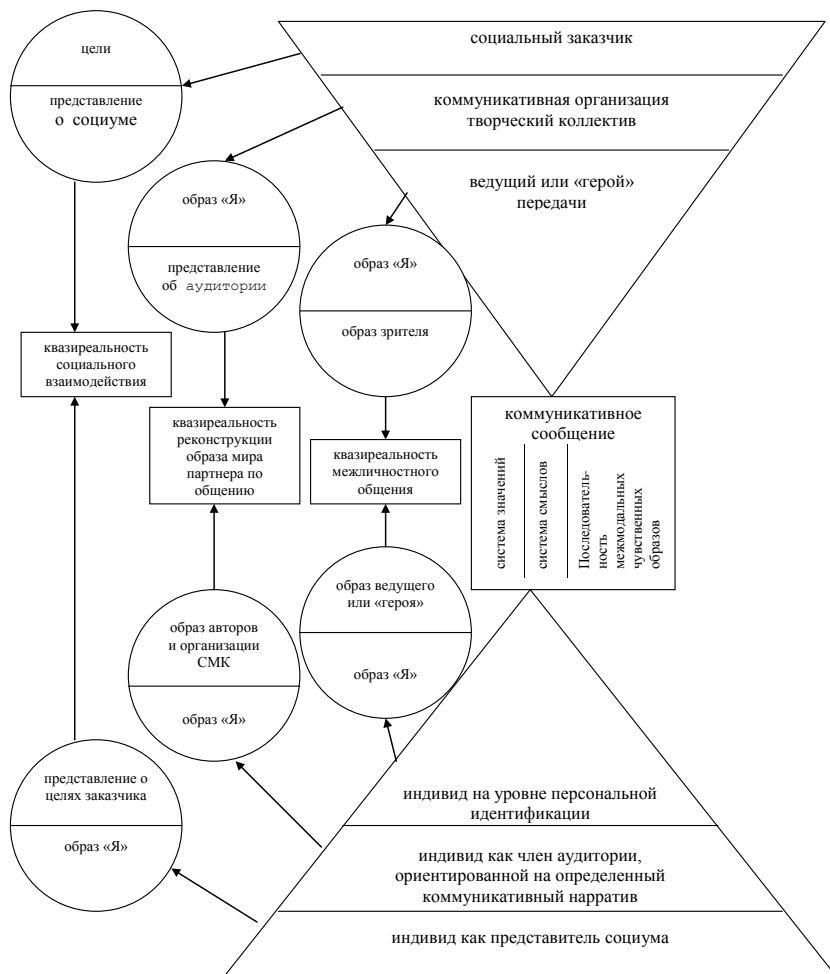


Рис. 1. Модель опосредствованного коммуникативного взаимодействия в информационном пространстве

каждая из которых состоит из двух половин. Согласно современным представлениям о структуре сознания (Леонтьев, 1997; Петренко, 2008; Братусь, 1994; Асмолов, 1996; Смирнов, 1981), можно выделить три иерархических уровня.

На первом уровне (он может быть назван уровнем менталитета) взаимодействуют:

- а) социальный заказчик коммуникативного взаимодействия с его представлениями о зрительской аудитории как партнере по общению (в данном случае о состоянии общественного мнения по тому или иному вопросу), о характере изменения в партнере в результате взаимодействия (цель взаимодействия) и коммуникативная корпорация, с помощью которой могут быть достигнуты желаемые изменения;
- б) общность зрителей как коллективный партнер по коммуникации со своей объективной потребностью в определенного рода информации, которую можно получить, вступая во взаимодействие с телевидением, и отношением к телевидению как к источнику такой информации, а также с потенциальной готовностью к изменениям, которые планируются в процессе такого взаимодействия (в частности, коммуникативного опыта аудитории).

На этом уровне взаимодействия (уровень квазиреальности социального взаимодействия) осуществляется формулировка основных направлений, по которым на последующих уровнях будет осуществляться так называемое конструирование социальной реальности, и задается смысловая структура КС. Выбираются культурные и социальные «фреймы», которые служат для идентификации и классификации информации, в частности, Энтман (Entman, 1993) считает, что «осуществить фрейминг – значит выбрать какие-либо аспекты воспринимаемой реальности и сделать их более существенными в коммуникативном тексте, так, чтобы обеспечить специфическое определение проблемы, ее интерпретацию, моральную оценку и/или рекомендации к действию». Этот уровень взаимодействия традиционно является предметом изучения социологов, политологов, культурологов и журналистов.

На втором уровне взаимодействие осуществляется на уровне квазиреальности реконструкции образа мира партнера по общению, при этом во взаимодействие вступают:

- а) творческий коллектив коммуникативной корпорации со своим групповым образом Я, представлениями о целевой аудитории,

интенциями, групповыми установками и «идеальным» образом КС, включающим систему значений, смысловые схемы и последовательность межмодальных чувственных образов. На этом этапе осуществляется процесс переформулирования цели, полученной от социального заказчика, на язык канала взаимодействия, процесс общения конкретной авторской группы, работающей над передачей, формируется образ или индивидуальный психологический портрет зрителя, к которому будет обращено телесообщение, выбираются средства и формы построения телесообщений, прогнозируются эффекты взаимодействия;

- б) аудитория на этом этапе может быть рассмотрена со стороны социально-психологических факторов, опосредующих восприятие телеинформации, таких как групповые нормы, ценностные ориентации, профессиональные и демографические характеристики, образ коллективного коммуникатора (авторов телесообщения) и его намерений в процессе коммуникации, отношение доверия – недоверия к партнеру по общению.

На третьем уровне в квазиреальности межличностного общения взаимодействуют:

- а) коммуникатор с его личностными характеристиками, особенностями самоотношения и самоактуализации в общении, когнитивно-коммуникативным стилем деятельности, особенностями коммуникативного репертуара во взаимодействии с героями или участниками передачи, образа КС;
- б) телевизионная аудитория с ее индивидуальными особенностями восприятия и процессами понимания целей и содержания передачи, характера «контакта» с героями передачи, отношения к авторам передачи и ожидаемого образа КС.

Функционально эти уровни разнесены во времени и проявляются в психологическом анализе в двух различных формах существования. Прежде всего, это процесс подготовки телесообщения как определенной среды общения со зрителем и процесс восприятия телесообщения зрителями как взаимодействия с этой средой. Если в первом случае происходит организация коммуникативной ситуации, то во втором ее переживание, потребление и усвоение. Собственно психологическим содержанием этого процесса является, согласно А. А. Леонтьеву (1975) «направление изменения в смысловом поле реципиента» при взаимодействии субъективного опыта коммуникатора и реципиента.

Спецификой информационного общения на этапе порождения КС является:

- а) коллективный характер творческого труда при подготовке передачи. К зрителю обращается коллективный партнер по общению, однако лидером в этом коллективе является режиссер передачи, и его индивидуальное представление о цели сообщения и предполагаемом образе зрителя определяет характер сообщения;
- б) публичность процессов взаимодействия авторов и героев передачи. Даже если во время съемки не присутствует никто, кроме съемочной группы, образ воображаемого многочисленного зрителя является реальным участником такого взаимодействия;
- в) индивидуальные и личностные особенности участников телеобщения превращаются в средство передачи информации, которая служит для интерпретации содержательных аспектов передачи;
- г) характер взаимодействия между режиссером и участниками передачи и их отношение к содержанию сообщения определяют коммуникативный аспект телесобщения, что проявляется в выборе средств и форм воздействия в структуре телекоммуникации.

Спецификой телевизионного общения на этапе восприятия, понимания и интерпретации КС телеаудиторией является:

- а) функционирование мотивационно-потребностной сферы индивида как представителя социума по отношению к телеобщению;
- б) особенности перцептивных, когнитивных и мнемических процессов по отношению к медийному дискурсу;
- в) высокая степень опосредствованности коммуникативного поведения человека в сфере телевидения;
- г) особенности образной репрезентации в сознании индивида партнера по общению (коммуникатора) и телесобщения.

При организации эффективной, т. е. длящейся, коммуникации наиболее трудный момент, а для психологического исследования наиболее актуальный – это осуществление оперативной обратной связи между партнерами по общению.

На основе этой модели были сформулированы наиболее важные темы исследований.

Особенности активной позиции автора и инициатора коммуникации (журналиста), выражаются, прежде всего, в том, что они организуют коммуникативную среду, в которой заранее отводят место и роль будущему партнеру по общению, обеспечивают средства регуляции коммуникативного взаимодействия (с помощью аудио-визуальных средств организуют постоянное внимание к телеэкрану, эмоциональный контакт, личностную включенность партнера-зрителя), находят наиболее эффективные способы самовыражения, своей личностной позиции. Были исследованы личностные особенности творческих телевизионных работников как авторов коммуникационных посланий. В рамках диссертационного исследования Т. Я. Аникеевой (2003) были получены следующие данные.

Структура личностных особенностей телекоммуникатора определяется тремя базовыми основаниями:

- 1) направленностью установки самосознания личности на созидание или на разрушение,
- 2) характером творческой самореализации личности, способностью пребывать в состоянии «потока» (модус «бытия»/«обладания»);
- 3) наличием социальной активности и ответственности и, наоборот, социальной пассивности и безответственности.

Личностные особенности телевизионных ведущих проявляются в стиле самопредъявления в телевизионном эфире и влияют на дифференцированное восприятие зрителями их экранных образов. Это свидетельствует о том, что зрители воспринимают человека на экране как полноценного партнера по общению, а сам коммуникативный контакт переживают как ситуацию, сопоставимую по смыслу с межличностным общением (Матвеева, 2011; Matweewa, 2005).

Профессиональная успешность и творческая реализованность личности телекоммуникатора обусловлена гармоничным содействием в его личности таких качеств, свойственных артистам, художникам, музыкантам, как эмоциональная утонченность, предрасположенность к художественной деятельности, развитое образное мышление и интуиция, с качествами, присущими администраторам, менеджерам и руководителям: коммуникабельность, сила Я (эмоциональная устойчивость), высокий самоконтроль поведения и способность брать на себя ответственность за результат групповой деятельности.

Следующее направление исследований – популярность телекоммуникатора как феномена массового сознания. Этот феномен

детерминируется именно успешным творческим самовыражением работника телеэкрана с помощью средств, адекватных для аудитории и попадающих в один из видов архетипа харизматической персоны: герой, анти-герой, мистическая личность. Ставятся две задачи: 1) изучения феномена популярности как модели «идеального» партнера по телеобщению и 2) исследования особенностей коммуникативных установок у реально существующей аудитории, поскольку общение происходит с образом на экране, создаваемым журналистом.

В рамках диссертационного исследования Ю. В. Мочаловой (2002) было показано, что основными факторами популярности образа на телевизионном экране являются: личное обаяние или аттракция телевизионной персоны; нравственная направленность личности; особенности темперамента; сила Эго; оптимизм. В дальнейших исследованиях эти категории были подтверждены и дополнены имиджевыми характеристиками феномена популярности, особенностями когнитивного и коммуникативного стиля и мировоззренческими установками и своеобразием самовыражения.

Следующее направление исследований – коммуникативные установки и информационные предпочтения телевизионных авторов и зрителей. В телекоммуникации происходит интенсификация всего процесса общения с наибольшим акцентом на интерес к человеку, к его внутреннему миру. С одной стороны, происходит как бы рассматривание человека крупным планом, где ТВ выступает в качестве «микроскопа» личности, с другой стороны, расширяется когнитивное и эмоциональное «пространство» зрителя, а также его поведенческий репертуар.

В связи с этим представляется необходимым:

- изучить механизм порождения коммуникативного сообщения;
- описать психологический портрет телеаудитории как коллективного субъекта общения.
- сравнить авторский и зрительский образы коммуникативного сообщения и выявить те основные характеристики телепередачи, которые определяют эффективность коммуникативного контакта.

В исследовании Е. Е. Петраковой (2007) было показано, что для телевизионных журналистов в современной России свойственно противопоставление «мы–они», «свой–чужие» в отношениях со зрительской аудиторией. Наблюдаются расхождения в представлениях субъектов телевизионного взаимодействия о характере информационных

предпочтений: зрители предпочитают актуальные, новостные, серьезные передачи, а также реалистичные образы на телеэкране в значительно большей степени, чем предполагают авторы.

В настоящее время в рамках предложенной модели осуществляются попытки построить дискурсивную схему анализа воздействия на психику человека информационных продуктов разного характера.

Литература

- Абульханова К. А. Российский менталитет: кросс-культурный и типологический подходы // Российский менталитет: вопросы психологической теории и практики. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1997.
- Аникеева Т. Я. Личность телекоммуникатора как фактор информационно-психологической безопасности // Информационная и психологическая безопасность в СМИ. Телевизионные и рекламные коммуникации. М., 2002. Т. 1.
- Асмолов А. Г. Культурно-историческая психология и конструирование миров. М.: Ин-т практической психологии; Воронеж: Модэк, 1996.
- Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности: Трактат по социологии знания. М.: Academia-Центр; Медиум, 1995.
- Братусь Б. С. Психология. Нравственность. Культура. М.: Роспедгенство, 1994.
- Брушлинский А. В. Ментальность российская и региональная (провинциальная) // Российский менталитет: вопросы психологической теории и практики. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1997.
- Латынов В. В. Психология коммуникативного воздействия. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2013.
- Леонтьев А. А. Общение как объект психологического исследования // Методологические проблемы социальной психологии. М.: Наука, 1975.
- Леонтьев А. Н. Деятельность. Сознание. Личность. М., 1977.
- Матвеева Л. В. Психология коммуникаций. М.: Акрополь, 2011.
- Мочалова Ю. В. Установление контакта с аудиторией в телевизионной коммуникации // Информационная и психологическая безопасность в СМИ. Телевизионные и рекламные коммуникации. Т. 1. М., 2002.
- Петракова Е. Е., Матвеева Л. В. Представления авторов и зрителей друг о друге и о коммуникативном послании в телевизионном общении // Информационная и психологическая безопас-

Раздел 2

ность в СМИ. В 2 т. Т. II: Феномен «разорванной коммуникации» / Под ред. Я. Н. Засурского, Ю. П. Зинченко, Л. В. Матвеевой, Е. Л. Вартановой, А. И. Подольского. М.: Аспект-Пресс, 2008.

Петренко В. Ф. Психосемантика сознания. М., 2008.

Психологическое воздействие: Механизмы, стратегии, возможности противодействия / Под ред. А. Л. Журавлева, Н. Д. Павловой. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012.

Психологическое воздействие в межличностной и массовой коммуникации / Под ред. А. Л. Журавлева, Н. Д. Павловой. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014.

Смирнов С. Д. Мир образов и образ мира // Вестник МГУ. Сер. 14. Психология. 1981. № 2.

Хейзинга Й. Homo Ludens. В тени завтрашнего дня. М.: Прогресс, 1992.

Entman R. M. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm // Journal of Communication. 1993. V. 43. № 4. P. 52.

Matweewa L. V. Perception of Publicity Texts in Television Communications // Perspektiven auf Mediensprache und Medienkommunikation. Amades, Institut für Deutsche Sprache. Germany, 2005.

McLuhan M. Essential McLuhan / Eds E. McLuhan, F. Zingrone. N. Y.: Basic Books, 1995.

ПОЛ КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОСТИ ВОЗДЕЙСТВИЯ*

В. В. Латынов

У проблемы «пол и эффективность воздействия» есть два аспекта, связанных с тем, в качестве субъекта или объекта воздействия выступает мужчина/женщина. Если мужчина/женщина являются субъектом воздействия, то ученые стремятся найти ответ на вопрос, существуют ли половые различия в эффективности осуществления воздействия? Если же мужчина/женщина оказываются в роли объекта воздействия, то исследовательский вопрос звучит по-другому: имеют ли место половые различия в устойчивости к психологическому воздействию?

Первый аспект проблемы «пол и эффективность воздействия» (половые различия в эффективности осуществления воздействия) исследуется более активно, чем второй (половые различия в устойчивости к воздействию). Поскольку наше эмпирическое исследование касалось половых различий в устойчивости к воздействию, мы в данной статье уделим основное внимание второму аспекту проблемы «пол и эффективность воздействия». Вместе с тем следует сказать несколько слов и о первом аспекте указанной проблемы.

Определенно установлено, что мужчины более эффективно воздействуют на окружающих, чем женщины (Carli, 2001; Elias, Cropanzano, 2006; Lee, 2003). Эта закономерность, по мнению ученых, обусловлена гендерными стереотипами, распространенными в современном обществе. Речь идет о двух группах стереотипов. К первой группе относятся представления о том, что мужчины в целом более компетентны и информированы, чем женщины. Конечно, есть области (домашнее хозяйство, воспитание детей, мода), в кото-

* Работа выполнена в соответствии с Государственным заданием ФАНО РФ №0159-2016-0009.

рых, по мнению большинства, женщины разбираются гораздо лучше мужчин. Однако в большинстве других сфер, особенно таких социально значимых, как политика, экономика, технологии, которые чаще всего и представляют интерес для изучения в таком важнейшем научном направлении, как психологические проблемы современного общества (Доверие и недоверие..., 2013; Психологические исследования проблем..., 2013; Психологические проблемы..., 2012; Психология человека..., 2014; и др.), превосходство мужчин в информированности считается очевидным.

Наличие стереотипов, подчеркивающих мужскую компетентность, создает для мужчин дополнительные преимущества в коммуникативных ситуациях (Neal et al., 2012; Schuller et al., 2005). В результате, когда мужчины стремятся изменить представления окружающих, то они по сравнению с женщинами уже изначально воспринимаются более компетентными и знающими. Как известно, согласно положениям современной теории психологического воздействия, компетентность источника сообщения (субъекта воздействия) способствует его убедительности, повышает эффективность воздействия (Латынов, 2013; Психологическое воздействие..., 2012, 2014; Petty, Briñol, 2008).

Вторая группа стереотипов, «обеспечивающая» большую убедительность воздействия мужчин, касается представлений о женщинах как о мягких и нетребовательных людях. Наличие подобных стереотипов ограничивает возможности женщин в плане выбора тактик и приемов воздействия (Reid et al., 2003). Как показали исследования, если женщина в качестве субъекта воздействия начинает требовать и проявлять настойчивость (т. е. вести себя вразрез со стереотипным образом женщины), то подобное поведение начинает вызывать у лиц, на которых воздействие направлено (прежде всего, мужчин), негативные эмоции (Carli, 2014; Phelan et al., 2008). Появление подобных эмоций уменьшает привлекательность женщины как субъекта воздействия, что, в свою очередь, снижает эффективность ее воздействия. Поскольку, как утверждает еще один постулат современной теории воздействия, в действие вступает еще один закон психологического воздействия: привлекательность источника сообщений повышает его убедительность (Купрейченко, 2012; Психологическое воздействие..., 2014).

Мужчина-коммуникатор, демонстрирующий уверенность в себе, настойчивость, требовательность, воспринимается аудиторией как компетентный человек, которому можно доверять (Rudman, Glick, 2001). Если женщина начинает вести себя в подобной мане-

ре, то добивается обратного эффекта: доверие к ней со стороны аудитории снижается.

Сходные результаты были получены на материале коммуникации, опосредованной компьютером (Lee, 2007). В этой работе оценивался эффект воздействия двух стилей общения торгового консультанта с потенциальным покупателем: настойчивого и нейтрального. Особенностью настойчивого стиля была большая уверенность высказываемых консультантом суждений (например: «Я уверен, что вам понравится этот товар», эта же фраза для нейтрального стиля звучала так: «Я думаю, что вам, возможно, понравится этот товар») и большая стоимость предлагаемых товаров. Оказалось, что если женщина использует настойчивый стиль воздействия, то это приводит к снижению доверия и оценок ее компетентности со стороны объекта воздействия (потенциального покупателя). Если же подобный стиль воздействия начинает демонстрировать мужчина, то, напротив, добивается повышения оценок своей компетентности со стороны воспринимающих (см. также: Журавлев и др., 1989; и др.).

Подводя итог обсуждению первого аспекта проблемы «пол и эффективность воздействия», отметим следующее: мужчины превосходят женщин в эффективности воздействия. Как считают ученые, это обусловлено действием социальных стереотипов, которые для мужчин облегчают оказание эффективного воздействия, а для женщин, напротив, его усложняют.

Перейдем к рассмотрению второго аспекта проблемы «пол и эффективность воздействия». Исследования половых различий в *устойчивости* к психологическому воздействию имеют длительную историю, в которой можно выделить два этапа: первый (1930–1960 гг.), второй (с 1970 гг. по настоящее время). На первом этапе основной целью ученых был поиск половых различий в отношении устойчивости к воздействию, второй же этап ориентирован на поиски причин обнаруженных половых различий. Американский ученый Дж. Кронхит в своем обзоре ссылается на многочисленные работы по данной проблематике, выполненные еще в 1930–1940-е годы (Cronkhite, 1969). Обобщая результаты как этих, так и более поздних исследований, он приходит к выводу о том, что женщины менее устойчивы к воздействию, чем мужчины. Аналогичные результаты были получены и в исследованиях, выполненных на неамериканских выборках (Singh, 1970; Whittaker, Meade, 1967).

В 1970-е годы ранее проведенные исследования половых различий устойчивости к воздействию стали подвергаться критике за тенденциозность, недостаточный учет факторов, влияющих на ре-

зультаты исследований (Pearce, Natalie, 1993). Одной из основных претензий критиков была следующая: темы, которые затрагивали убеждающие сообщения в исследованиях 1930–1960-х годов (политика, гражданские права, медицинские достижения, радио и телевизионные программы) были гораздо ближе мужчинам, чем женщинам. Кроме того, в этих сферах в то время мужчины занимали доминирующее положение. В результате у мужчин оказывались выше и мотивация, и способность сопротивляться убеждающим сообщениям. Это приводило к тому, что женщины-участницы исследований, сталкиваясь с убеждающими сообщениями, касающимися не особенно для них значимых тем, демонстрировали повышенную по сравнению с мужчинами конформность и уступчивость.

Начиная с 1970-х годов ученые начали принимать в расчет подобную тенденциозность в подборе материалов и стали варьировать содержание убеждающих сообщений, используя значимые и для женщин темы. Для проверки того, насколько значимость темы (и, соответственно, информированность в этой области) влияет на выраженность межполовых различий в устойчивости к воздействию, были проведены специальные исследования. Так, Л. Розенфельд и В. Кристи (1974) постарались полностью элиминировать фактор содержания, пытаясь изменить отношение респондентов к абсолютно нейтральным с точки зрения гендерных предпочтений объектам – триграммам (последовательностям из 3 букв). И, действительно, при таком «гендерно-стерильном» дизайне исследования различия между мужчинами и женщинами в устойчивости к воздействию практически исчезли (Rosenfeld, Christie, 1974).

Было обнаружено, что если женщины были более, чем мужчины, информированы по теме убеждающих сообщений, то уже мужчины начинали в большей степени соглашаться с такими сообщениями (Sistrunk, McDavid, 1971). Сходные результаты были получены и в других исследованиях (Cacioppo, Petty, 1980). Эти ученые варьировали темы убеждающих сообщений: в некоторых темах были более информированы женщины, а в некоторых – мужчины. Оказалось, что устойчивость к воздействию таких сообщений в большей степени зависела от информированности человека по теме сообщения, а не от биологического пола.

Другим направлением атаки на положения о повышенной уступчивости женщин стали работы, выполненные в русле идей С. Бем о полоролевой идентификации и психологической андрогинии (Bem, 1974). Эта исследовательница разработала специальную методику для измерения того, в какой степени человек проявляет черты, тра-

диционно связываемые с мужским и женским полюсами полоролевой идентификации. Было показано, что различия между типичными мужчинами и типичными женщинами (по данным методики С. Бем) в плане подверженности воздействию оказались больше, чем между мужчинами и женщинами (Montgomery, Burgoon, 1977, 1980). Таким образом, более важной оказалась психологическая составляющая – половая идентификация людей, а не просто их биологический пол.

Определенный вклад в повышенную устойчивость мужчин к воздействию вносит описанный ниже феномен. Исследования показали, что мужчины стремятся сопротивляться воздействию женщин в тех случаях, когда считают их высококомпетентными (Carli, 2014; Elias, Sgoranzano, 2006). В подобных ситуациях мужчины реагируют весьма парадоксально: компетентность женщин они признают, однако не соглашаются с тем, что эти женщины пытаются доказать. Таким образом, имеет место отклонение от положений современной теории психологического воздействия, согласно которым убедительность сообщений будет выше, когда его источник – лицо, считающееся компетентным (Психологическое воздействие..., 2012). Однако, как мы видим, в ситуациях, когда субъект воздействия – женщина, а объект воздействия – мужчина, указанная закономерность не действует.

Резюмируем данные, касающиеся половых различий в устойчивости к психологическому воздействию. В отношении пола как фактора эффективности воздействия было принято считать, что по сравнению с мужчинами женщины больше подвержены воздействию (Cooper, 1979). В качестве причин подобной восприимчивости назывались особенности ранней социализации женщин, в частности, формирование у них установки на поддержание межличностной гармонии и конформизма. Однако к настоящему моменту установлено, что повышенная восприимчивость женщин является не более чем мифом, во многом порожденным не совсем адекватно спланированными исследованиями.

Дело в том, что обычно работы по психологии воздействия затрагивали темы не очень интересные и незначимые для женщин (политика, экономика и т. п.), а в качестве источника воздействия выступал, как правило, мужчина (Eagly, Carli, 1981). Именно при такой организации экспериментальных исследований и получались данные о большей подверженности женщин воздействию. Если же удавалось контролировать побочные переменные (пол источника воздействия, значимость темы для реципиента, уровень его ком-

петентности в области, которой касалось убеждающее сообщение), то различия между мужчинами и женщинами в плане подверженности воздействию существенно уменьшались или вообще исчезали (Eagly, Wood, 1991). В результате современные, более адекватно спланированные исследования, как правило, не обнаруживают особых различий между мужчинами и женщинами в отношении подверженности психологическому воздействию (Carli, 2014; Guadagno, Cialdini, 2002).

Изучение половых различий в устойчивости относительно психологического воздействия мы будем проводить на материале аполлогизации (объяснения) неэтичного поведения. В последние десятилетия в целом тема психологических механизмов нравственного/безнравственного поведения привлекает внимание ученых самых разных специальностей: философов, социологов, политологов, психологов и др. (Психологическое исследование нравственности, 2013; Психологическое здоровье..., 2014; Психология нравственности, 2010; Bachman, Guerrero, 2006; Smith, 2008). Подобный интерес подпитывается запросами практики, прежде всего, политики и бизнеса. Политики и бизнесмены заинтересованы в понимании закономерностей реагирования людей, столкнувшихся с их неэтичным поведением, и разработке эффективных приемов нивелирования негативных последствий аморальных поступков с целью сохранения позитивного имиджа.

Исследования аполлогизации неэтичного поведения ведутся в трех основных направлениях. Первое ориентировано на описание и анализ реальных фактов аполлогизации, имевших место в случае нарушения моральных норм в политике, бизнесе и других сферах (Benoit, 2006; Hearit, Brown, 2004). Второе направление затрагивает вопросы детерминации приемов аполлогизации, изучая ситуативные, кросс-культурные и индивидуально-психологические факторы выбора приемов аполлогизации (Burns, Bruner, 2000; Renteln, 2008). Третье направление исследований занимается анализом проблемы эффективности аполлогизации, выявления факторов ее повышения (Fehr, Gelfand, 2010).

Известно, что, совершив неэтичный поступок, человек или группа лиц могут использовать различные речевые приемы для того, чтобы подобное поведение не повредило его репутации (Дискурс в современном мире..., 2011; Павлова, Журавлев, 2007; и др.). Нередко люди просто отрицают сам факт аморального поступка. Подобный способ реагирования не лишен эффективности. К. Риордан с соавт. (Riordan et al., 1988) продемонстрировали, что в случае обвинения

ученого в плагиате или фабрикации результатов отрицание факта совершения этих проступков позволило снизить обвинительный настрой коллег. Аналогично лучшим вариантом защиты от скандальных разоблачений считается игнорирование либо полное отрицание высказываемых в адрес политика обвинений, поскольку установлено, что даже частичное признание политиком факта совершения проступка в финансовой или семейной сфере приводит к падению его популярности (Sigal et al., 1988).

Существуют, однако, и более сложные, включающие выраженный речевой компонент способы представления неэтичного поступка в приемлемом свете. Принято выделять два основных способа объяснения ненормативных поступков: извинения и оправдания (Felson, Ribner, 1981). Извинение (excuse) – речевое высказывание, в котором лицо, совершившее неожиданный или неэтичный поступок, признает его неверность или неадекватность, однако отрицает (полностью или частично) свою ответственность за данное поведение. Примерами извинений могут служить следующие фразы: *«У меня не было намерения совершить подобное действие, это произошло случайно»*, *«Я не предвидел отрицательных последствий своего поведения»*. При помощи извинений обычно удается вызвать у окружающих более позитивную оценку ненормативного поступка (Riordan et al., 1983).

В случае оправдания (justification) человек, совершивший неожиданный или неэтичный поступок, признает свою ответственность за него, но стремится представить поступок или его последствия в более выгодном для себя свете. В свое оправдание человек может заявить, что его действие не имело негативных последствий, либо апеллировать к высшим целям, ценностям или авторитетным фигурам. Оправдания позволяют улучшить впечатление скорее о лице, совершившем проступок, нежели о самом проступке (Riordan et al., 1983).

Следует отметить, что оправдание как способ аполлогизации достаточно сложно реализуемо на практике, требует творчества и оригинальности мышления. Найти в неэтичном поступке позитивную сторону гораздо труднее, чем просто извиниться за его совершение. Поэтому неслучайно отмечается, что использование оправданий связано с определенным риском (Tedeschi et al., 1983). «Хорошо построенное» оправдание способно успешно защитить позитивный имидж человека, нарушившего моральные нормы, однако «неудачно сконструированное» может привести к выраженным негативным оценкам поступка и лица, его совершившего.

Основной целью нашего исследования было выяснение того, как различные приемы объяснения неэтичного поступка влияют на оценку мужчинами и женщинами как поступка, так и совершившего его лица, что позволит выявить характер влияния пола человека – объекта воздействия на эффективность этих приемов неэтичного поступка.

В исследовании участвовало 66 мужчин и 87 женщин – студенты московских вузов. Участникам предлагалась методика «Поведение в этически неоднозначных ситуациях», включающая описание различных ситуаций из жизни предпринимателей (всего 7 ситуаций). Ситуации различались тем, оправдывался ли и, если оправдывался, то каким образом, совершенный поступок – невозврат долга. *Ситуация 1*: Один предприниматель занял у другого крупную сумму денег, однако в положенный срок долг не вернул. Оправданий не последовало.

В шести других ситуациях предлагались различные варианты апологизации поступка: «Во всем виноват мой бухгалтер, который занимается всеми финансовыми вопросами, в том числе и отслеживанием сроков возвращения долгов»; «Я был вынужден отдать эти деньги своему другу, который оказался в сложной финансовой ситуации»; «В последнее время я был сильно загружен на работе и просто забыл вернуть долг»; «В мире бизнеса мало кто вовремя отдает долги, и я лично знаю немало бизнесменов, задерживающих возврат занятых денег»; «Я хотел вернуть долг вовремя, но дела у меня пошли плохо, и я оказался не в состоянии вернуть занятые деньги»; «Я знаю, что предприниматель, у которого я занял деньги, сам никогда долги в срок не отдает».

Три указанных приема апологизации (объяснения) относились к извинениям («виноват бухгалтер», «забыл», «плохо пошли дела»), три других являлись оправданиями («отдал деньги другу», «в мире бизнеса редко кто во время возвращает долги», «кредитор сам долги в срок не отдает»).

Участники исследования должны были ответить на ряд вопросов, касающихся оценки предпринимателя и его поступка: Какой оценки заслуживает поступок? Насколько склонен предприниматель совершать подобные действия? Как часто предприниматель будет совершать подобные поступки в будущем? Насколько порядочен этот предприниматель?

Кратко остановимся на результатах, касающихся эффективности действия различных приемов объяснения неэтичного поступка (невозврат долга). Более подробно результаты этого исследования

изложены нами в публикациях (Латынов, 2012, 2013). Наиболее эффективными в плане формирования позитивного восприятия совершенного поступка были такие формы постсобытийного дискурса, как просоциальное оправдание («Отдал занятые деньги другу, который оказался в сложном финансовом положении») и оправдание, касающееся затруднения в делах («Дела пошли плохо, и я оказался не в состоянии вернуть занятые деньги») (таблица 1). Неэффективными оказались объяснения типа: «В мире бизнеса мало кто вовремя отдает долги», «Виноват бухгалтер», «Забыл», «Человек, у которого заняты деньги, сам не отдает долги».

Если сравнить действенность извинений («Виноват бухгалтер», «Забыл», «У меня плохо пошли дела») и собственно оправданий («Отдал деньги другу, который оказался в сложной финансовой ситуации», «В мире бизнеса мало кто вовремя отдает долги», «Человек, у которого были заняты деньги, сам долги никогда в срок не от-

Таблица 1

Оценки неэтичного поступка и моральных качеств предпринимателя при использовании различных приемов объяснения поступка. Общая выборка (n=153)

Прием объяснения	Поступок	Склонность к совершению неэтичных поступков	Возможность совершению неэтичных поступков в будущем	Порядочность
Отдал занятые деньги другу, оказавшемуся в сложной ситуации	3,27	3,23	3,19	3,53
Мои дела пошли плохо	3,13	3,30	3,45	3,62
Без объяснений	2,33	3,82	3,71	2,87
Забыл	2,27	4,03	4,27	2,63
Виноват бухгалтер	2,12	4,03	4,26	2,51
Лицо, у которого заняты деньги, сам не отдает долги	2,08	4,41	4,65	2,23
В мире бизнеса мало кто вовремя отдает долги	1,77	4,97	5,21	1,93
Уровень значимости*	p<0,01	p<0,01	p<0,01	p<0,01

Примечание: * Для оценки значимости различий результативности воздействия приемов объяснения использовался ранговый дисперсионный анализ Краскела-Уолисса.

дает»), то обнаруживается следующее. На оценки неэтичного поступка два указанных класса объяснений влияли сходным образом: средний балл для извинений – 2,51, средний балл для оправданий – 2,37, т. е. различия в эффективности минимальны.

Рассмотрим далее, как воздействовали приемы объяснения неэтичного поступка на оценку моральных качеств предпринимателя (таблица 1). Склонность бизнесмена к совершению рассматриваемых поступков признавалась максимальной в тех случаях, когда он оправдывал свой поступок аморальностью бизнеса в целом («Редко кто отдает долги вовремя») и аморальностью лица, у которого были взяты деньги («Сам долги не отдает»). Наиболее благоприятное впечатление (т. е. минимальная оценка склонности к совершению аналогичных поступков) достигалось при указании на трудности в бизнесе, с которыми столкнулся предприниматель, а также на необходимость помочь попавшему в трудное положение другу.

Несколько иную картину обнаруживают оценки, касающиеся склонности совершать неэтичные поступки в будущем. Эта склонность признавалась максимальной в тех случаях, когда предприниматель оправдывал свой поступок аморальностью бизнеса в целом («Редко кто отдает долги вовремя»), аморальностью лица, у которого были взяты деньги («Сам долги не отдает») и собственной забывчивостью. Наиболее же благоприятное впечатление (минимальная склонность к совершению аналогичных поступков в будущем) достигалось при указании на трудности в бизнесе, с которыми столкнулся предприниматель, на необходимость помочь попавшему в трудное положение другу, а также при отсутствии каких-либо объяснений (см. также: Позняков, Журавлев, 2012; и др.).

Самыми эффективными приемами в плане формирования представления о *порядочности предпринимателя* оказались дискурсы типа: «Помог другу» и «Плохо пошли дела». Самыми неэффективными были: «В бизнесе долги не отдают», «Тот, у кого занимались деньги, сам долги не отдает», «Виноват бухгалтер».

Обобщая рассмотрение собранных данных, сравним эффективность извинений и оправданий для формирования позитивного представления о личных качествах предпринимателя. В случае вынесения суждений о моральных качествах предпринимателя (склонность совершать неэтичные поступки, вероятность их совершения в будущем, порядочность) извинения демонстрируют более высокую эффективность с точки зрения создания позитивного, социально приемлемого облика предпринимателя. Например, средний балл извинений при оценке порядочности предпринимателя

равен 2,92, средний балл оправданий – 2,56. Подобные результаты соответствуют данным, полученным в зарубежных исследованиях (Riordan et al., 1983; Riordan et al., 1988).

Таким образом, человеку, который, не отрицая аморальности поступка, пытается снять с себя ответственность за его совершение («Не подумал о последствиях», «Не проконтролировал» и т. п.), удается сохранить достаточно позитивное впечатление в глазах окружающих. Если же он старается оспаривать аморальность поступка, приводя различные доводы в пользу его обоснованности, то подобная стратегия провоцирует у окружающих негативную оценку его морального облика. Конечно, из этого правила есть исключения: умело подобранное оправдание поступка (в нашем случае это ссылка на необходимость помочь другу) способно вызвать у окружающих впечатление моральности совершившего его лица.

Рассмотрев вопросы эффективности различных приемов объяснения применительно к выборке в целом, обратимся к анализу половых различий.

Сравнение подверженности мужчин и женщин приемам объяснения неэтичного поступков проводилось по двум направлениям. Во-первых, сравнивался ранговый порядок приемов объяснения с точки зрения их эффективности (таблицы 2 и 3). Оказалось, что списки этих приемов, выстроенные по степени эффективности, у мужчин и женщин практически идентичны. В «лидерах» (т. е. самыми эффективными) были такие приемы, как «плохо пошли дела» и «отдал деньги другу, оказавшемуся в трудной ситуации», среднее положение занимали приемы «забыл» и «виноват бухгалтер», к наименее эффективным относились «сам не отдает долги» и «в мире бизнеса не принято отдавать долги». Вместе с тем между списками мужчин и женщин было обнаружено одно важное отличие, которое касалось самого эффективного приема оправдания. У мужчин это был прием «отдал деньги другу, оказавшемуся в трудной ситуации», а у женщин – «плохо пошли дела». Таким образом, по мнению женщин, денежная жертва другу оказалась менее важной, чем ссылка на обстоятельства.

Второе направление, в рамках которого сравнивалась эффективность действия приемов объяснения, касалось половых различий в оценках эффективности одного и того же приема (таблица 4). Всего было обнаружено для 28 случаев (7 приемов × 4 объекта оценки – собственно неэтичный поступок, склонность к совершению неэтичных поступков, вероятность их совершения в будущем, порядочность) 5 случаев, для которых различия между мужчинами

Таблица 2

Оценки неэтичного поступка и моральных качеств предпринимателя при использовании различных приемов объяснения поступка. Мужчины (n=66)

Прием объяснения	Поступок	Склонность к совершению неэтичных поступков	Возможность совершения неэтичных поступков в будущем	Порядочность
Отдал занятые деньги другу, оказавшемуся в сложной ситуации	3,33	3,08	3,09	3,64
Мои дела пошли плохо	2,92	3,35	3,45	3,63
Без объяснений	2,14	3,85	3,77	2,82
Забыл	2,12	4,23	4,39	2,58
Виноват бухгалтер	1,98	4,08	4,25	2,52
Лицо, у которого заняты деньги, сам не отдает долги	1,92	4,54	4,66	2,23
В мире бизнеса мало кто вовремя отдает долги	1,50	5,24	5,32	1,77
Уровень значимости*	p<0,05	p<0,05	p<0,05	p<0,05

Примечание: * Для оценки значимости различий результативности воздействия приемов объяснения использовался ранговый дисперсионный анализ Краскела-Уолисса.

ми и женщинами достигали значимых величин ($p < 0,05$). Еще в 3 случаях различия между полами отмечались на уровне тенденции ($p = 0,05 - 0,10$). В 5 из 5 случаев обнаружения значимых межполовых различий в эффективности приема оправдания (и в 2 из 3 случаев для тенденций) оценки женщинами самого поступка в плане этичности, а также порядочности предпринимателя были выше, чем мужчинами, что указывает на большую эффективность приемов оправдания, направленных в адрес женщин. Таким образом, наше исследование показало, что по сравнению с мужчинами женщины оказались сильнее подвержены действию дискурса по апологизации неэтичного поступка. В то же время степень обнаруженного влияния пола на эффективность воздействия приемов оправдания можно оценить как относительно невысокую. Ощутимых половых различий по использованию двух типов объяснения неэтичных поступков (извинений и оправданий) также не было обнаружено.

Таблица 3

Оценки неэтичного поступка и моральных качеств предпринимателя при использовании различных приемов объяснения поступка. Женщины (n=87)

Прием объяснения	Поступок	Склонность к совершению неэтичных поступков	Возможность совершения неэтичных поступков в будущем	Порядочность
Отдал занятые деньги другу, оказавшемуся в сложной ситуации	3,25	3,37	3,25	3,44
Мои дела пошли плохо	3,29	3,22	3,44	3,68
Без объяснений	2,47	3,85	4,22	2,85
Забыл	2,37	3,92	4,20	2,67
Виноват бухгалтер	2,18	4,03	4,25	2,46
Лицо, у которого заняты деньги, сам не отдает долги	2,17	4,37	4,67	2,21
В мире бизнеса мало кто вовремя отдает долги	1,97	4,82	5,15	2,02
Уровень значимости*	p<0,05	p<0,05	p<0,05	p<0,05

Примечание: * Для оценки значимости различий результативности воздействия приемов объяснения использовался ранговый дисперсионный анализ Краскела–Уолисса.

Для объяснения полученных результатов следует привлечь данные о некоторых психологических особенностях женщин. Речь идет об их ориентации на общение и межличностные контакты, повышенной социальности по сравнению с мужчинами. В этой связи женщины сильнее, чем мужчины, меняли свое мнение под воздействием апологизирующего неэтичный поступок дискурса, поддаваясь на аргументацию бизнесмена в его защиту. Характерно, что прием оправдания, где различия между мужчинами и женщинами были наиболее существенными, оказался следующий: «В мире бизнеса не отдают долги». В данном случае идет отсылка к неким социальным нормам, традициям социума. Как известно, для женщин (в большей степени, чем для мужчин) характерна ориентация на социум, особенно на ближайшее социальное окружение.

Свою роль в различии оценок эффективности приемов оправдания между мужчинами и женщинами сыграл и тот факт, что жен-

Таблица 4

Половые различия оценок неэтичного поступка и моральных качеств предпринимателя при использовании различных приемов объяснения поступка

Прием объяснения	Объекты этической оценки	Мужчины (n=66)	Женщины (n=87)	Уровень значимости
Без объяснений	Поступок	2,14	2,47	p<0,05
	Склонность*	3,85	3,85	
	Возможность*	3,77	4,22	p<0,05
	Порядочность	2,82	2,85	
Виноват бухгалтер	Поступок	1,98	2,18	
	Склонность	4,08	4,03	
	Возможность	4,25	4,25	
	Порядочность	2,52	2,46	
Отдал другу, оказавшемуся в сложной ситуации	Поступок	3,33	3,25	p<0,10
	Склонность	3,08	3,37	
	Возможность	3,09	3,25	
	Порядочность	3,64	3,44	
Забыл	Поступок	2,12	2,37	p<0,10
	Склонность	4,23	3,92	
	Возможность	4,39	4,20	
	Порядочность	2,58	2,67	
В мире бизнеса редко вовремя отдают долги	Поступок	1,50	1,97	p<0,05
	Склонность	5,24	4,82	
	Возможность	5,32	5,15	p<0,05
	Порядочность	1,77	2,02	
Дела пошли плохо	Поступок	2,92	3,29	p<0,05
	Склонность	3,35	3,22	
	Возможность	3,45	3,44	
	Порядочность	3,63	3,68	
Сам не отдает долги	Поступок	1,92	2,17	p<0,10
	Склонность	4,54	4,37	
	Возможность	4,66	4,67	
	Порядочность	2,23	2,21	

Примечание: Склонность* – склонность к совершению неэтичных поступков; Возможность* – возможность совершения неэтичных поступков в будущем

щины в целом более лояльно, чем мужчины, относились к совершенному проступку – невозврату долга. Об этом свидетельствуют половые различия в оценках поступка и предпринимателя для случая, когда предприниматель никак не оправдывал факт отказа вернуть долг («без объяснения»). Напомним, что такая ситуация также была представлена в нашей методике. Для подобной ситуации отмечались два значимых различия в оценках мужчин и женщин (оценка поступка, оценка совершения подобного поступка в будущем). В обоих случаях оценки женщин по шкале «порядочность – непорядочность» были более снисходительны (по сравнению с мужчинами признавалась большая порядочность поступка и меньшая вероятность совершения такого поступка в будущем).

Еще одной причиной обнаруженной в нашем исследовании более высокой подверженности женщин апологизирующему дискурсу (приемам оправдания) может быть характер используемой методики. Описываемая ситуация (деловое взаимодействие) и ее главное действующее лицо (мужчина-предприниматель) психологически достаточно далеки от интересов женщин-участниц исследования, что создает некоторый эффект отстраненности, снижает их личностную включенность, что является достаточно распространенным феноменом в психологическом исследовании (см.: Психология XXI века, 2003). Это, в свою очередь, повышает внушаемость женщин, делает их более подверженными оправдательной аргументации.

Наше исследование показало, что пол человека – объекта воздействия является фактором, влияющим на эффективность приемов объяснения неэтичного поведения. Различия (хотя и относительно небольшие) между мужчинами и женщинами были обнаружены по обоим направлениям сравнения: ранговому порядку этих приемов и сравнительной эффективности каждого приема. Таким образом, женщины оказались сильнее подвержены действию дискурса, апологизирующего неэтичный поступок. Вместе с тем следует отметить, что степень влияния пола на эффективность воздействия приемов объяснения оказалась относительно невысокой.

Литература

Дискурс в современном мире. Психологические исследования / Под ред. Н. Д. Павловой и И. А. Зачесовой. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2011.

Доверие и недоверие в условиях развития гражданского общества. М.: Изд-во НИУ ВШЭ, 2013.

- Журавлев А. Л., Хащенко В. А., Хащенко Н. Н. Влияние фактора пола на формирование стиля руководства производственным коллективом // Социально-психологические резервы повышения эффективности деятельности трудового коллектива. М.: Институт психологии АН СССР, 1989. С. 113–125.
- Купрейченко А. Б. Доверие как ключевой компонент психологической эффективности реального воздействия // Психологическое воздействие: Механизмы, стратегии, возможности противодействия. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012. С. 142–162.
- Латынов В. В. Речевые формы апологизации неэтичного поведения // Вопросы психолингвистики. 2012. № 2. С.144–149.
- Латынов В. В. Психология коммуникативного воздействия. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2013.
- Павлова Н. Д., Журавлев А. Л. К междисциплинарной проблематике дискурса // Ситуационная и личностная детерминация дискурса. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. С. 6–11.
- Позняков В. П., Журавлев А. Л. Социальная психология российского предпринимательства: концепция психологических отношений. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012.
- Психологические исследования нравственности. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2013.
- Психологические исследования проблем современного российского общества. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2013.
- Психологические проблемы современного российского общества. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012.
- Психологическое воздействие: Механизмы, стратегии, возможности противодействия / Под ред. А. Л. Журавлева, Н. Д. Павловой. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012.
- Психологическое воздействие в межличностной и массовой коммуникации / Под ред. А. Л. Журавлева, Н. Д. Павловой. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014.
- Психологическое здоровье личности и духовно-нравственные проблемы современного российского общества. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014.
- Психология XXI века: Учебник для вузов / Под ред. В. Н. Дружинина. М.: Пер Сэ, 2003.
- Психология нравственности. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2010.
- Психология человека и общества: научно-практические исследования. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014.

- Bachman G. F., Guerrero L. K.* Forgiveness, apology and communicative responses to hurtful events // *Communication Reports*. 2006. V. 19. P. 45–56.
- Bem S. L.* The Measurement of psychological androgyny // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1974. V. 42. P. 155–162.
- Benoit W. L.* President Bush's image repair effort on Meet the Press: The complexities of defeasibility // *Journal of Applied Communication Research*. 2006. V. 34. P. 285–306.
- Burns J. P., Bruner M. S.* Revisiting the theory of image restoration strategies // *Communication Quarterly*. 2000. V. 48. P. 27–39.
- Cacioppo J. T., Petty R. E.* Sex differences in influenceability: Toward specifying the underlying processes // *Personality and Social Psychology Bulletin*, 1980. V. 6. P. 651–656.
- Carli L. L.* Gender and social influence // *Journal of Social Issues*. 2001. V. 57. P. 725–742.
- Carli L. L.* Social influence and gender // *Oxford handbook of social influence* / J. Burger (Ed.). Oxford: Oxford University Press, 2014.
- Cooper H. M.* Statistically combining independent studies: metaanalysis of sex differences in conformity research // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1979. V. 37. P. 131–146.
- Cronkhite G.* Persuasion: Speech and behavioral change. Indianapolis: Bobbs-Merril, 1969.
- Eagly A. H., Carli L. L.* Sex of researchers and sex-typed communications as determinants of sex differences in influenceability: A meta-analysis of social influence studies // *Psychological Bulletin*. 1981. V. 90. P. 1–20.
- Eagly A. H., Wood W.* Explaining sex differences in social behavior: A meta-analytic perspective // *Personality and Social Psychology Bulletin*. 1991. V. 17. P. 306–315.
- Elias S. M., Cropanzano R.* Gender discrimination may be worse than you think: Testing ordinal interactions in power research // *The Journal of General Psychology*. 2006. V. 133. P. 117–130.
- Fehr R., Gelfand M. J.* When apologies work: How matching apology components to victims' self-construals facilitates forgiveness // *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 2010. V. 113. P. 37–50.
- Felson R. B., Ribner S. A.* An attributional approach to accounts and sanctions for criminal violence // *Social Psychology Quarterly*. 1981. V. 44. № 2. P. 137–142.
- Guadagno R. E., Cialdini R. B.* On-line persuasion: An examination of differences in computer-mediated interpersonal influence // *Group Dynamics: Theory Research and Practice*. 2002. V. 6. P. 38–51.

- Hearit K. M.* Crisis management by apology: Corporate response to allegations of wrongdoing. Mahwah, N. J.: Erlbaum, 2006.
- Hearit K. M., Brown J.* Merrill Lynch: Corporate apologia and business fraud // *Public Relations Review*. 2004. V. 30. P. 459–466.
- Lee E.* Effects of gender character representation on person perception and informational social influence in computer-mediated communication // *Computers in Human Behavior*. 2003. V. 20 P. 779–799.
- Lee E.* Agent gender and sex-typed social influenceability in online communication // *Advances in Consumer Research*. 2007. V. 34. P. 664–668.
- Montgomery C., Burgoon M.* An experimental study of the interactive effects of sex and androgyny on attitude change // *Communication Monographs*. 1977. V. 44. P. 130–135.
- Montgomery C., Burgoon M.* The effects of androgyny and message expectations on resistance to persuasive communication // *Communication Monographs*. 1980. V. 47. P. 56–67.
- Neal T. M. S., Guadagno R. E., Eno C. A., Brodsky S. L.* Warmth and competence on the witness stand: Implications for the credibility of male and female expert witnesses // *Journal of the American Academy of Psychiatry and the Law*. 2012. V. 40. P. 488–497.
- Pearce K. C., Natalie E. J.* Deconstructing gender differences in persuasibility: A bricolage // *Women's Studies in Communication*. 1993. V. 16. P. 55–73.
- Petty R. E., Briñol P.* Psychological processes underlying persuasion // *Diogenes*. 2008. № 217. P. 52–67.
- Phelan J. E., Moss-Racusin C. A., Rudman L. A.* Competent yet out in the cold: Shifting criteria for hiring reflect backlash toward agentic women // *Psychology of Women Quarterly*. 2008. V. 32. P. 406–413.
- Reid S. A., Keerie N., Palomares N. A.* Language, gender salience and social influence // *Journal of Language and Social Psychology*. 2003. V. 22. P. 210–233.
- Renteln A. D.* Apologies: A cross-cultural analysis // M. Gibney, R. E. Howard-Hassmann, J.-M. Coicaud, N. Steiner (Eds). *The age of apology: Facing up to the past* (pp. 61–76). Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 2008.
- Riordan C. A., Marlin N. A., Kellogg R. T.* The effectiveness of accounts following transgression // *Social Psychology Quarterly*. 1983. V. 46. №3. P. 213–219.
- Riordan C. A., Marlin N. A., Gidwani C.* Accounts for unethical research practices: Effects on the evaluations of acts and actors // *Journal of Social Psychology*. 1988. V. 128. P. 495–505.

- Rosenfeld L., Christie V. Sex and persuasibility revisited // *Western Speech*. 1974. V. 38. P. 224–253.
- Rudman L. A., Glick P. Prescriptive gender stereotypes and backlash toward agentic women // *Journal of Social Issues*. 2001. V. 57. P. 743–762.
- Ryan S., Bisel R. S., Messersmith A. S. Organizational and supervisory apology effectiveness apology giving in work settings // *Business and Professional Communication Quarterly*. 2012. V. 75. P. 425–448.
- Schuller R. A., Terry D., McKimmie B. The impact of expert testimony on jurors' decisions: Gender of the expert and testimony complexity // *Journal Of Applied Social Psychology*. 2005. V. 35. P. 1266–1280.
- Sigal J., Hsu L., Foodim S., Betman J. Factors affections perceptions of political candidates accused of sexual and financial misconduct // *Political Psychology*. 1988. V. 9. P. 273–280.
- Singh U. P. Sex and age differences in persuasibility // *Journal of Social Psychology*. 1970. V. 82. P. 269–270.
- Sistrunk F., McDavid J. Sex variable in conforming behavior // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1971. V. 17. P. 200–207.
- Smith N. *I was wrong: The meanings of apologies*. N. Y.: Cambridge University Press, 2008.
- Tedeschi J. T., Riordan C. A., Gaes G. G., Kane T. Verbal accounts and attributions of social motives // *Journal of Research in Personality*. 1983. V. 17. P. 218–225.
- Whittaker J. O., Meade R. D. Sex and age as variables in persuasibility // *Journal of Social Psychology*. 1967. V. 73. P. 47–52.
- Wooten D. B. Say the right thing: Apologies, reputability and punishment // *Journal of Consumer Psychology*. 2009. V.19. P. 225–235.

ВОЗДЕЙСТВИЕ МЕТАФОРЫ В НАУЧНОМ ПСИХОЛОГИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

К. И. Алексеев

Метафоре, как и любому другому языковому средству выражения, может быть приписана реализация обоих традиционных выделяемых *функций речи* – семантической (речь как средство мышления) и коммуникативной (речь как средство общения). Исторически первой для метафоры выделяется *коммуникативная* функция – начиная с античности, метафора рассматривается как средство воздействия и изучается в рамках поэтики и риторики. *Семантическая* функция для метафоры выделяется только в XX в., начиная с работы Дж. Лакоффа и М. Джонсона «Метафоры, которыми мы живем» (Лакофф, Джонсон, 2004; первое издание на английском – 1980). Авторы выдвигают тезис, что «процессы человеческого мышления во многом метафоричны» (Лакофф, Джонсон, 2004, с. 27) и делают акцент на процессах мышления при определении метафоры: «Суть метафоры – это понимание и переживание сущности (thing) одного вида в терминах сущности другого вида» (там же)*. В дальнейшем был накоплен большой материал в исследованиях обоих функций метафоры в разных видах дискурса (см., например, наши предыдущие работы: Алексеев, 2002, 2005, 2007; Дискурс в современном мире, 2011, с. 238–268).

* Ср. традиционные определения метафоры, делающие акцент на особом случае употребления слов: «Метафора – это несвойственное имя, перенесенное с рода на вид, или с вида на род, или с вида на вид, или по аналогии» (Аристотель, 1984, с. 669); «метафора – троп или механизм речи, состоящий в употреблении слова, обозначающего некоторый класс предметов, явлений и т.п., для характеристики или наименования объекта, входящего в другой класс, либо наименования другого класса объектов, аналогичного данному в каком-либо отношении» (Арутюнова, 1998б, с. 296).

В настоящей работе мы рассмотрим метафоры научного психологического дискурса в их коммуникативной функции, а именно в аспекте воздействия. Эта работа является продолжением нашего исследования пресуппозиций метафор (Алексеев, 2014), выполненного в рамках цикла работ по изучению психологического воздействия (Психологическое воздействие..., 2012, 2014). Мы будем опираться на рабочее определение психологического воздействия, данное В. В. Латыновым: «Психологическое воздействие предполагает такое поведение человека или группы лиц, которое имеет целью (или следствием) изменение поведения, когнитивной и эмоциональной сфер другого человека (группы людей)» (Латынов, 2012, с. 12). При изучении метафор научного психологического дискурса мы будем выявлять их пресуппозиции и анализировать те следствия, к которым приводит их использование. Эти следствия касаются, в первую очередь, когнитивной сферы – применительно к случаю научного психологического дискурса речь пойдет о содержании научного психологического знания.

Именно такая постановка вопроса вытекает из самих оснований дискурсивного подхода. В современной науке дискурс рассматривается как «связный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными, психологическими и др. факторами» (Арутюнова, 1998а, с. 136). Такой текст нельзя оторвать от своего контекста, от «жизни, в которую он погружен», поэтому «дискурс изучается совместно с соответствующими «формами жизни» (ср. репортаж, интервью, экзаменационный диалог, инструктаж, светская беседа, признание и пр.)» (Арутюнова, 1998а, с. 137). Изучение дискурса составляет предмет *междисциплинарной* области исследования – *дискурс-анализа* (см., например: Павлова, 2002, 2003; Журавлев, Павлова, 2007; Павлова, Журавлев, 2014).

Применительно к анализу научного дискурса нужно рассмотреть, что из себя представляет такая «форма жизни», как наука. Вот как характеризуют науку М. А. Розов и В. С. Степин: «Наука многоаспектна и многогранна, но прежде всего она представляет собой производство знаний. Наука не существует без знания, как автомобилестроение не существует без автомобиля. Можно поэтому интересоваться историей научных учреждений, социологией и психологией научных коллективов, но именно производство знаний делает науку наукой» (Розов, Степин, 1995, с. 4). Соответственно, *научный дискурс* как описание научной деятельности направлен на представление полученного в результате этой деятельности нового знания.

Классическим исследованием научного дискурса является работа Д. Гилберта и М. Малкея «Открывая ящик Пандоры: Социологический анализ высказываний ученых» (Гилберт, Малкей, 1987). Авторы рассматривали дискурс биологической науки (в области биоэнергетики), но их результаты касаются дискурса любой науки. В то же время существуют особенности дискурса в каждой из научных дисциплин (Парадигмы в психологии... 2012; Прогресс психологии..., 2009; Теория и методология..., 2007; и др.). Так, А. В. Юревич провел сравнительное исследование дискурса биологической и психологической наук. Результаты показали, что слова, выражающие гипотетический характер высказываний («вероятно», «видимо», «может быть», «можно предположить» и т. п.), психологи употребляют реже, чем биологи (Юревич, 2007, с. 42). При этом методологическое состояние биологии и психологии прямо противоположно – т. е. в биологии гораздо больше «твердого», общеразделяемого знания, чем в психологии. В связи с этим А. В. Юревич выдвигает предположение о «форсировании уверенности» и компенсаторной реакции психологов на «мягкость» и «рыхлость» психологического знания (Юревич, 2007, с. 42).

Особенности научного психологического дискурса в исследованиях способностей были проанализированы в работах А. Н. Воронина и Н. Б. Горюновой (Воронин, Горюнова, 2007; Дискурс в современном мире, 2011, с. 219–237). Отмечая ведущую роль семантической функции научного дискурса, авторы выделяют в дискурсе по проблемам способностей четыре парадигмы, в рамках которых описывается и раскрывается понятие «способность»: феноменологическая, деятельностная, психометрическая, системная (Воронин, Горюнова, 2007, с. 78–82). Авторы отмечают роль метафоры в научном дискурсе и называют три основополагающие метафоры в дискурсе по проблемам способностей: энергетическая, скоростная и информационная (Дискурс в современном мире, 2011, с. 231–232). Отметим также работу Т. А. Кубрак, в которой проанализированы интенциональные направленности на себя и на адресата (коммуникативного партнера) в различных видах дискурса, в том числе и в научном (Кубрак, 2007; Дискурс в современном мире, 2011, с. 98–122).

Переходя к анализу *пресуппозиций метафор* научного психологического дискурса, определим пресуппозицию вслед за Е. В. Падучевой: это «компонент смысла предложения, который должен быть истинным, чтобы предложение не воспринималось как семантически аномальное или неуместное в данном контексте» (Падучева, 1998, с. 396). Так, чтобы предложение «Петя опять принес из школы

двойку» имело смысл, должны быть истинны пресуппозиции «Петя – школьник» и «Петя уже получал хотя бы одну двойку».

Использование пресуппозиций является одним из способов речевого воздействия – говорящий может помещать в пресуппозиции определенную информацию, чтобы вызвать нужный ответ со стороны слушающего (или другие изменения в сознании слушающего). Например, пресуппозиция вопроса «Когда мы встретимся?» заключается в том, что встреча состоится, и нужно лишь согласовать ее время. При такой постановке вопроса не обсуждается, нужно или не нужно организовывать встречу – ее необходимость имплицитно содержится в пресуппозиции. Как отмечает А. Н. Баранов, использование пресуппозиции позволяет осуществлять имплицитное воздействие на адресата (Баранов, 2003, с. 217–218). Однако в нашей работе, как уже было отмечено ранее, мы будем обращаться не к целям говорящего, а к тем следствиям, которые имеют место при использовании определенных метафор в научном психологическом дискурсе.

Продемонстрируем особенности такого подхода на примере метафор «психологические законы» и «психологические механизмы», рассмотренных нами ранее (Алексеев, 2014).

Метафора «психологические законы» сконструирована по образцу метафор «физические законы», «химические законы», «биологические законы» и т. д. Эта метафора использовалась по отношению к конкретным научным результатам, конкретным знаниям: законы Ньютона в физике, периодический закон в химии, законы Менделя в биологии, закон Вебера–Фехнера, закон Йеркса–Додсона в психологии. Пресуппозиции метафоры «психологические законы» вытекают из определения закона в прямом и буквальном смысле этого слова: установленные государственной властью общеобязательные правила (Ожегов, Шведова, 1996, с. 203). С одной стороны, законы являются обязательными для исполнения, но с другой – они могут устанавливаться и изменяться по усмотрению и произволу органов власти. В дискурсе научной психологии упор делается на обязательность законов (т. е. на всеобщность соответствующих знаний), в то время как в дискурсе прикладной и особенно популярной психологии – на произвольность их установления. Именно произвольность установления и привела, на наш взгляд, к широкому распространению метафоры психологических законов в дискурсе популярной психологии (Алексеев, 2014, с. 115–116). Также метафора закона придает дискурсу популярной психологии оттенок наукообразия, что является дополнительным средством воздействия на читателя.

Метафора «психологические механизмы» также широко распространена как в дискурсе научной психологии, так и в дискурсе прикладной психологии. Она используется для обозначения некоторых объяснительных конструкторов каких-либо явлений – в этом плане «механизм» относится к сущностям того же рода, что и теория, концепция, модель и т. п. (т. е. к некоторым теоретическим сущностям, призванным объяснять наблюдаемые явления). Такое переносное значение слова «механизм» вошло в язык – в словаре Ожегова содержатся следующие определения: «Система, устройство, определяющее порядок какого-нибудь вида деятельности (государственный механизм); последовательность состояний, процессов, определяющих собою какое-нибудь действие, явление (механизм кровообращения)» (Ожегов, Шведова, 1996, с. 346).

Действие механизма, наряду с достижением устойчивого определенного результата, характеризуется независимостью его работы от сознания и сознательного контроля. Мы также обратили внимание на еще одну пресуппозицию, которая обычно не попадает в поле зрения исследователей: механизмы конструируются человеком, который создает их для достижения нужных ему целей. С одной стороны, эта особенность механизма подчеркивает конструктивистский характер научного исследования: ученый сам создает и конструирует объяснительные сущности (теории, концепции, модели и т. п.), а не обнаруживает и не открывает их в изучаемой реальности. С другой стороны, пресуппозиция неизменности механизма, как и вообще механистический взгляд на мир, вступает в противоречие с природой изучаемой психологией реальности (человек и его поведение, которое меняется и развивается с течением времени). Мы предложили отказаться от использования механистической метафоры в психологии и заменить ее на организмическую, т. е. на метафору организма и организации («психологическая организация криминальной агрессии», «психологическая организация возникновения и коррекции детских страхов», «психологическая организация психотерапии» и т. п.). Тем самым изучаемая реальность будет представлена как процессы и явления, которые могут изменяться и трансформироваться естественным образом с течением времени (как это происходит с организмами, но не с механизмами). Естественно, однако, что рекомендованное нами изменение научного психологического дискурса тоже представляет собой естественный процесс (наподобие эволюции) и может потребовать неопределенного количества времени (а может вообще не состояться). Не исключен также вариант отказа от каких-либо метафор

(механистических, организмических и др.) и расширение дискурса собственно теоретического уровня (теория, концепция, модель и т. д.) (Алексеев, 2014, с. 116–118).

Рассмотрим теперь метафору внутренней сущности человека. В психологии эта метафора проявляется в локализации психических процессов, состояний и структур внутри организма человека, «за поверхностью кожи» (Леонтьев, 1977, с. 48) или «под поверхностью кожи» (Асмолов, 2007, с. 407). Такая локализация является традиционной для психологии, как отмечено в учебниках при определении психических явлений: «Специфический круг явлений, которые изучает психология, выделяются отчетливо и ясно – это наши восприятия, мысли, чувства, наши стремления, намерения, желания и т. п. – все то, что составляет *внутреннее* содержание нашей жизни...» (Рубинштейн, 1999, с. 10; курсив мой. – К. А.); «Под психическими явлениями обычно понимают факты *внутреннего*, субъективного опыта. Что такое *внутренний*, или субъективный, опыт? Вы сразу поймете, о чем идет речь, если обратите взор „внутрь себя“. Вам хорошо знакомы ваши ощущения, мысли, желания, чувства. Вы видите это помещение и все, что в нем находится; слышите, что я говорю, и пытаетесь это понять; вам может быть сейчас радостно или скучно, вы что-то вспоминаете, переживаете какие-то стремления или желания. Все перечисленное – элементы вашего *внутреннего* опыта, субъективные или психические явления» (Гиппенрейтер, 1996, с. 18–19; курсив мой. – К. А.). Истоки метафоры внутренней сущности восходят к Аристотелю и связаны с его концепцией сущности вещи. Полемизируя с Платоном, поместившим идею вещи в особый мир идей, радикально отличавшийся от мира вещей, Аристотель помещает идею вещи в саму вещь, внутрь вещи. Вот как пишут об этом А. Ф. Лосев и А. А. Тахо-Годи: «Самым главным для Аристотеля было именно пребывание идеи вещи *в самой же* вещи, функционирование идеи вещи *внутри* самой же вещи, то есть всякое отсутствие разрыва между тем и другим и отсутствие какого бы то ни было дуализма. Этот тезис о пребывании идеи вещи *внутри* самой же вещи есть то основное и принципиальное, в чем заключается аристотелизм и его отличие от платонизма. И это есть то, в чем Аристотель разошелся с Платоном и его школой» (Лосев, Тахо-Годи, 2005, с. 300; курсив мой. – К. А.). Применительно к психологии концепция Аристотеля выразилась в том, что душа как идея тела помещается в само тело, внутрь тела. Впоследствии, при переходе от психологии души к психологии сознания, метафора внутренней сущности сохраняется. Вот что пишет об этом А. Н. Ждан,

излагая взгляды Р. Декарта: «Психика стала пониматься как *внутренний* мир человека, открытый самонаблюдению» (Ждан, 1990, с. 76; курсив мой. – К. А.).

Основания для использования метафоры внутренней сущности применительно к психическим явлениям очевидны, ведь в отличие от поведения психика недоступна для внешнего наблюдения. А раз так, то можно поместить ее внутрь организма, поскольку внутренние органы тоже недоступны внешнему наблюдению. При этом сохраняется метафоричность такой локализации, так как в отличие от внутренних органов психику нельзя обнаружить внутри организма.

В связи с этим обратим внимание на альтернативные концепции человека и его психики, в которых метафора внутренней сущности не является единственной и определяющей. И в первую очередь здесь надо назвать теории, развитые в советской психологии, которые опирались на шестой тезис Маркса о Фейербахе: «Сущность человека не есть абстракт, присущий отдельному индивиду. В своей действительности она есть совокупность всех общественных отношений» (Маркс, Энгельс, 1955, с. 3). Можно предположить, что сущность человека рассматривалась как внешняя по отношению к нему, что, однако, не отменяло существование внутреннего мира, который появлялся в результате интериоризации, т. е. перевода внешних сущностей (знаки, деятельность) во внутренний план (Л. С. Выготский, А. Н. Леонтьев, П. Я. Гальперин и др.).

Отметим также, что метафора внутренней сущности используется применительно не только к локализации психических явлений внутри организма человека, но и к локализации значений слов внутри самого слова. Как показал М. Редди, в естественном языке применительно к коммуникации используется составная метафора канала связи (*conduit metaphor*), которую он сформулировал следующим образом:

идеи (или значения) – это объекты;

слова – это вместилища;

коммуникация – это передача (отправление) (Reddy, 1993).

Иными словами, говорящий помещает свои мысли и чувства в слова и отправляет их по каналу связи слушающему, который снова извлекает эти мысли и чувства из слов. Вот несколько примеров, иллюстрирующих использование этой метафоры: «Мне трудно облечь мои мысли в слова»; «Смысл заключен как раз в этих словах»; «Я подал вам эту мысль»; «Ваши доводы дошли до нас».

Аналогично можно поставить вопрос об альтернативных концепциях языка, не использующих метафору внутренней сущности.

Подробный анализ этой проблематики выходит за пределы настоящей работы.

Подводя *итоги*, назовем еще раз те следствия, к которым приводит использование различных метафор в научном психологическом дискурсе. Эти последствия касаются как статуса научного знания (всеобщность знания при использовании метафоры «психологические законы»), так и его содержания: неизменность механизма (метафора «психологические механизмы»), которая вступает в противоречие с природой изучаемой реальности (человек и его поведение). Именно поэтому вы выдвинули тезис о необходимости замены метафоры «психологические механизмы» на метафору «психологическая организация». А ненаблюдаемость психических явлений служит основанием для использования метафоры внутренней сущности и локализации психики «под поверхностью кожи» человека. Аналогично ненаблюдаемость значений слов приводит к локализации значения внутри слова, при этом слово выступает как «вместилище» для значений. И поиск альтернативных метафор и альтернативных теоретических построений, а также средств воздействия для их продвижения может рассматриваться как перспектива для продолжения настоящей работы.

Литература

- Алексеев К. И. Метафора в научном дискурсе // Психологические исследования дискурса / Под ред. Н. Д. Павловой. М.: Пер Сэ, 2002. С. 41–50.
- Алексеев К. И. Метафорические модели действительности в предвыборном политическом дискурсе // Проблемы психологии дискурса. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005. С. 135–146.
- Алексеев К. И. Метафора как средство репрезентации действительности в дискурсе // Ситуационная и личностная детерминация дискурса. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. С. 244–258.
- Алексеев К. И. Метафоры и их пресуппозиции: воздействие в научном дискурсе // Психологическое воздействие в межличностной и массовой коммуникации. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014. С. 112–120.
- Арутюнова Н. Д. Дискурс // Языкознание. Большой энциклопедический словарь / Гл. ред. В. Н. Ярцева. 2-е изд. М.: Большая Российская энциклопедия, 1998а. С. 136–137.
- Арутюнова Н. Д. Метафора // Языкознание. Большой энциклопедический словарь / Гл. ред. В. Н. Ярцева. 2-е изд. М.: Большая Российская энциклопедия, 1998б. С. 296–297.

- Асмолов А. Г. Психология личности: Культурно-историческое понимание развития человека. М.: Смысл–ИЦ «Академия», 2007.
- Баранов А. Н. Введение в прикладную лингвистику. 2-е изд., испр. М.: Едиториал УРСС, 2003.
- Воронин А. Н., Горюнова Н. Б. Специфика научного дискурса в исследованиях по проблеме способностей // Ситуационная и личностная детерминация дискурса. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. С. 77–95.
- Гилберт Д., Малкей М. Открывая ящик Пандоры: Социологический анализ высказываний ученых. М.: Прогресс, 1987.
- Гиппенрейтер Ю. Б. Введение в общую психологию. М.: ЧеРо, 1996.
- Дискурс в современном мире. Психологические исследования / Под ред. Н. Д. Павловой, И. А. Зачесовой. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2011.
- Ждан А. Н. История психологии. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1990.
- Журавлев А. Л., Павлова Н. Д. К междисциплинарной проблематике дискурса // Ситуационная и личностная детерминация дискурса. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. С. 6–11.
- Кубрак Т. А. Интенция самопрезентации субъекта в различных видах дискурса // Ситуационная и личностная детерминация дискурса. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. С. 185–204.
- Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. М.: Едиториал УРСС, 2004.
- Латышов В. В. Психологическое воздействие: принципы, механизмы, теории // Психологическое воздействие: механизмы, стратегии, возможности противодействия. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012. С. 11–52.
- Леонтьев А. Н. Деятельность. Сознание. Личность. М.: Политиздат, 1977.
- Лосев А. Ф., Тахо-Годи А. А. Платон. Аристотель. М.: Молодая гвардия, 2005.
- Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. 2-е изд. Т. 3. М., 1955.
- Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. М.: Азъ, 1996.
- Павлова Н. Д. Коммуникативная парадигма в психологии речи и психолингвистике // Психологические исследования дискурса. М.: Пер Сэ, 2002. С. 7–18.
- Павлова Н. Д. Психология дискурса // Психология XXI века / Под ред. В. Н. Дружинина. М.: Пер Сэ, 2003. С. 396–415.
- Павлова Н. Д., Журавлев А. Л. Предисловие // Психологическое воздействие в межличностной и массовой коммуникации. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014. С. 5–7.

- Падучева Е. В. Пресуппозиция // Языкознание. Большой энциклопедический словарь / Гл. ред. В. Н. Ярцева. 2-е изд. М.: Большая Российская энциклопедия, 1998. С. 396.
- Парадигмы в психологии: науковедческий анализ. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2009.
- Прогресс психологии: критерии и признаки. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2009.
- Психологическое воздействие: механизмы, стратегии, возможности противодействия. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012.
- Психологическое воздействие в межличностной и массовой коммуникации. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014.
- Розов М. А., Степин В. С. Предмет философии науки // Степин В. С., Горохов В. Г., Розов М. А. Философия науки и техники. М.: Контакт-альфа, 1995. С. 3–13.
- Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии. СПб.: Питер, 1999.
- Теория и методология психологии: Постнеклассическая перспектива. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007.
- Юревич А. В. Эволюция дискурса психологической науки // Ситуационная и личностная детерминация дискурса. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. С. 36–45.
- Reddy M. The Conduit Metaphor: A Case of Frame Conflict in Our Language about Language // Metaphor and Thought / Ed. by A. Ortony. 2nd ed. Cambridge (Mass.): Cambridge U. P., 1993. P. 164–201.

ЭФФЕКТЫ И ЗАКОНОМЕРНОСТИ ПОДПОРОГОВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ (АНАЛИЗ ЛИТЕРАТУРНЫХ ИСТОЧНИКОВ)*

В. В. Латынов

Особенностью современного общества является наличие широкого круга ситуаций, в которых необходимость вступать в коммуникацию и оказывать воздействие являются определяющими (Психологические исследования..., 2013; Психологические проблемы..., 2012; Психология человека..., 2014). Развитие СМИ и медиатизация жизни придают проблеме психологического воздействия особую значимость. В этих условиях в обществе формируется обращенный к психологии запрос, касающийся изучения эффектов и закономерностей воздействия. Поставленная социальная задача уже нашла отражение в многочисленных исследованиях теоретических и прикладных аспектов психологического воздействия (Дискурс в современном мире..., 2011; Латынов, 2012, 2013; Павлова, Журавлев, 2007; Психологическое воздействие..., 2012, 2014).*

В данной статье мы рассмотрим текущее положение дел в области психологии подпорогового воздействия, уделив основное внимание исследованиям, проведенным за последние два десятилетия. Будут рассмотрены результаты воздействия подпороговых стимулов, выделены факторы эффективности подпорогового воздействия, а также оценены возможности противодействия ему. Интересующихся более ранними исследованиями по этой тематике отсылаем к другой нашей публикации (Латынов, 2013).

У проблемы подпорогового воздействия своеобразная научная судьба. На протяжении многих лет сам факт существования этого феномена был предметом острых научных дискуссий (Психологическое воздействие..., 2012). Пережив в 1960-х годах всплеск инте-

* Работа выполнена в соответствии с Государственным заданием ФАНО РФ № 0159-2016-0009.

реса ученых и общественности, вызванный заявлениями Дж. Вайкери о высокой эффективности неосознаваемых сообщений, эта проблема после разоблачения Вайкери оставалась «научным аутсайдером» вплоть до начала 1990-х годов. В то время психологи весьма скептически оценивали возможности подпорогового воздействия (Moore, 1992; Pratkanis, 1992; Pratkanis, Greenwald, 1988). Так, А. Пратканис, проанализировав более 100 работ по этой тематике, пришел к выводу, что подпороговые стимулы не оказывают воздействия на суждения и поступки людей (Pratkanis, 1992). Интересно, что в отличие от научных работников обычные граждане, напротив, верили в эффективность неосознаваемых стимулов. Проведя специальный опрос, М. Роджерс и К. Смит установили, что 75% американцев слышали о таком феномене, как подпороговое воздействие, а из тех, кто слышал о нем, 75% считали, что оно работает (Rogers, Smith, 1993).

Интерес ученых к подпороговому воздействию активизировался в 1990-х годах, а уже в XXI в. эта проблема стала объектом активных научных исследований. Так, статьи по этой тематике стали постоянно появляться в ведущих психологических журналах (Journal of Personality and Social Psychology, Journal of Experimental Social Psychology, European Journal of Social Psychology, Journal of Consumer Psychology, Social Cognition). Следует отметить, что современные исследования подпорогового воздействия не только решают сугубо научные, познавательные задачи, но и затрагивают вопросы его прикладного применения. Все это хорошо вписывается в обсуждение актуальной проблемы взаимодействия фундаментальной и прикладной психологии (см., например: Взаимоотношения исследовательской..., 2015; и др.).

Хотя в течение многих лет существование подпорогового воздействия оспаривалось, однако на рубеже XX и XXI вв. споры на эту тему прекратились. Исследователи перешли к углубленному изучению данного феномена. Речь идет об анализе *факторов эффективности* подпорогового воздействия, оценке возможностей прикладного применения неосознаваемых стимулов, поиску способов защиты от подпорогового воздействия.

Кратко опишем дизайн типичного эксперимента по изучению подпорогового воздействия. Отметим, что подавляющее большинство современных исследований подпорогового воздействия проведено на материале визуальных (а не аудиальных, тактильных и др.) стимулов. Это связано с тем, что эффект от подобного воздействия наиболее выражен именно при использовании стимулов этой мо-

дальности. Как правило, выбираются две группы испытуемых: экспериментальная и контрольная. Испытуемым из экспериментальной группы на экране монитора предъявляется маскирующее изображение (длительностью 500 мс, т. е. надпорогово), после которого следует неосознаваемый стимул (слово, фраза, геометрическая фигура, фотография человеческого лица и др.). Длительность этих стимулов составляет, как правило, от 15 мс до 25 мс. За подпороговым стимулом вновь следует маскирующее изображение.

После предъявления этой тройки (маска–подпороговый стимул–маска) испытуемые выполняют специальное задание. Например, занимаются составлением осмысленного предложения из набора слов или выполняют оценку представителей этнической группы при помощи набора шкал. Цель такого задания – выяснить, имеет ли место эффект от воздействия подпороговых стимулов. Для поиска ответа на этот вопрос сравниваются результаты выполнения задания испытуемыми из экспериментальной и контрольной (участникам которой неосознаваемые стимулы либо вообще не предъявлялись, либо они носили иной характер) групп. Подобная организация экспериментального исследования вполне соответствует современным требованиям к эксперименту как методу получения первичных данных (см., например: Психология XXI века, 2003; и др.).

Исследования, проведенные за последние 20 лет, показали, что при помощи подпороговых стимулов удается воздействовать на различные психические образования: семантические «поля», эмоции, оценочные суждения, атитюды, межличностные стереотипы, поведенческие намерения, реальное поведение. Рассмотрим последовательно указанные эффекты подпорогового воздействия.

Неосознаваемые стимулы способны изменять *оценочные суждения* людей, касающиеся объектов окружающего мира. Так, исследования эффекта простого предъявления (смысл которого состоит в том, что чем чаще мы видим некоторый объект, тем позитивней к нему относимся) показали, что указанный эффект имеет место и в случае использования подпороговых стимулов. В. Канцт-Вилсон и Р. Зайонц предъявляли испытуемым многогранники в течение очень короткого времени (1 мс), а затем просили выбрать из двух предложенных многогранников тот, который им больше нравится (Kunst-Wilson, Zajonc, 1980). Среди этих двух многогранников один был из тех, что предъявлялись ранее подпорогово, другой же был совершенно новым и незнакомым. Оказалось, что испытуемые находили более привлекательными те многогранники, с которыми уже были «подпорогово» знакомы.

Во многих исследованиях удалось продемонстрировать воздействие неосознаваемых стимулов на переработку семантической информации – *семантические эффекты*. Г. Бринтазолли с соавт. обнаружили, что подпороговое предъявление логотипа известной компании (Макдональдс, Найк, Мерседес, Эппл и т. п.) способствовало ускорению переработки семантической информации, связанной как с собственно названием бренда, так и со словами, ассоциирующимися с названием компании (Brintazzoli et al., 2012). Такими словами были, например, для Макдональдс – гамбургер, для Найк – спорт, для Мерседес – автомобиль, для Эппл – компьютер. Скорость обработки информации исследовалась при помощи Лексического теста: испытуемые должны были как можно быстрее решить, что представляют собой предъявленные им на экране монитора несколько букв – осмысленное слово или бессмысленный набор букв. Для названий бренда и слов-ассоциаций решение принималось существенно быстрее, чем в случае слов, отношения к бренду не имеющих. Данное исследование интересно еще в одном отношении. Его авторы сравнивали эффективность подпорогового воздействия при различной длительности стимулов: 13 мс и 17 мс. Оказалось, что при длительности предъявления логотипа в 13 мс описанная выше закономерность (подпороговый семантический прайминг) не была обнаружена. По-видимому, при столь кратковременном предъявлении человеческая психика оказалась неспособной проводить семантический анализ предъявляемых стимулов.

Еще одной сферой психики, для которой удалось обнаружить эффект подпорогового воздействия, являлись *межэтнические стереотипы*. При помощи неосознаваемых стимулов удавалось воздействовать на этническое сознание людей. Так, подпороговое предъявление фотографий лиц европейской внешности белым людям приводило к ухудшению их отношения к людям негроидной расы, в то время как отношение к собственной группе оставалось неизменным (Smith et al., 2008). Негативное отношение к негроидам было особенно выражено у тех, кто высоко оценивал собственную этническую группу. В данном случае мы наблюдаем интересную закономерность: подпороговое воздействие приводило к изменению всей системы межэтнических стереотипов, в результате чего человек начинал по-другому оценивать представителей той этнической группы, чье фото не показывалось.

Самооценка и самооощущение личности также могут быть изменены подпороговой стимуляцией. К примеру, Ю. Янг с соавт. попытались при помощи подпорогового предъявления слов и цифр улуч-

шить настроение испытуемых и повысить их оценку собственной удачливости (Jiang et al., 2009). Респондентам подпорогово предъявлялись определенные слова («удачливый» или «неудачливый») и цифры (счастливая цифра «8» и несчастливая «4»; выборка этого исследования состояла из жителей Азии, которые именно цифру «8» считают символом удачи). В результате подобных манипуляций удалось добиться значимого изменения оценок собственной удачливости и текущего эмоционального состояния. Действенность подпорогово предъявляемых слов («удачливый», «неудачливый») и цифр («8», «4») для изменения самооценок удачливости и настроения оказалась примерно одинаковой.

Исследование, касающееся воздействия подпороговых стимулов на высокозначимые для личности сферы, было проведено Э. Дикстерхузом (Dijksterhuis, 2004). При помощи подпорогового воздействия ему удалось значимо повысить имплицитное самоуважение человека. Как известно, в современной психологии проводится различие между эксплицитным самоуважением и имплицитным самоуважением (Buhrmester et al., 2011). Эксплицитное самоуважение основывается на сознательно протекающем самооценивании, а имплицитное – на автоматических, неосознаваемых процессах. Для диагностики имплицитного самоуважения используются специальные методики, позволяющие нивелировать роль самосознания в оценке собственного Я (Krizan, Suls, 2008).

Имплицитное самоуважение – важный психический феномен, влияющий на адаптивность и психологическое самочувствие человека. В ряде случаев буферная (т. е. защищающая от стрессов) функция имплицитного самоуважения выше, чем эксплицитного (Hetts, Pelham, 2001). Так, по сравнению с имплицитно уверенными в себе людьми имплицитно неуверенные демонстрировали более высокий уровень тревоги в ходе значимого для личности интервью (Spalding, Hardin, 1999), а также обнаруживали сниженный уровень стремлений после неудачи (Greenwald, Farnham, 2000).

Э. Дикстерхуз в своем исследовании, используя три различные методики измерения имплицитного самоуважения, показал, что подпороговое воздействие способно заметно повышать имплицитное самоуважение. Указанный эффект оказался довольно устойчивым, поскольку сохранялся даже после «ударов» по самоуважению людей. В качестве таких «ударов» выступала негативная обратная связь, касающаяся успешности их интеллектуальной деятельности.

Неосознаваемые стимулы способны не только вызывать изменения суждений и атитюдов людей, но могут воздействовать непо-

средственно на их поведение. И. Пичон с соавт. показали, что подпороговое предъявление слов религиозной тематики благоприятствует просоциальному поведению (Pichon et al., 2007). Респондентам предлагалось специальное задание, смысл которого состоял в следующем: необходимо было решить, является ли последовательность букв, появляющаяся на экране монитора, словом или бессмысленным набором букв. В процессе выполнения этого задания респондентам предъявлялись в течение 15 мс слова религиозного содержания («рай», «ангел», «Библия», «священник»). Контрольная группа получала слова нерелигиозной коннотации («свобода», «симпатия», «улыбка» и др.). После окончания задачи на словообразование респондентам вручались брошюры благотворительного фонда и предлагалось взять несколько штук для распространения. Оказалось, что люди, которым подпорогово предъявлялись религиозные слова, брали на распространение значимо больше брошюр. Следует отметить, что поведенческий эффект подпорогового воздействия достигал значимых величин при использовании позитивных религиозных слов («рай», «ангел»), при использовании же нейтральных слов («священник», «церковный приход») такого эффекта не наблюдалось. Сходные результаты получены в исследовании Б. Рэндольф-Сенга и Н. Нильсена (Randolph-Seng, Nielsen, 2007): подпороговое предъявление религиозных слов («храм», «святой» и т. п.) способствовало более честному поведению людей (они реже списывали при выполнении задания).

Подпороговое воздействие религиозных слов было зафиксировано и в работе В. Сароглу с соавт.. Неосознаваемые стимулы в этом исследовании повышали уступчивость людей, диагностируемую как посредством опросника, так и в реальном поведении (Saroglou et al., 2009). Следует отметить, что эта закономерность была обнаружена только у людей уступчивых и конформных.

Подпороговые стимулы (фотографии чернокожего) вызывали у белых американцев рост враждебности при общении с экспериментатором (Bargh et al., 1996). Неосознаваемое предъявление слов «жажда» или «пить» усиливало у респондентов субъективное ощущение жажды, а также активизировало их питьевое поведение: после сублиминального воздействия люди пили больше (Cooper, Cooper, 2002).

В предыдущих частях данной статьи мы рассматривали непосредственные эффекты неосознаваемых стимулов. Схема исследований такого рода выглядит следующим образом: подпороговый стимул психологический эффект (например, изменения когни-

ций, эмоций или поведения). Однако неосознаваемые стимулы могут действовать несколько иным образом, а именно благоприятствовать воздействию других сообщений (стимулов), предъявляемых надпорогово. Последовательность стимулов в этом случае выглядит следующим образом: подпороговый стимул надпороговое сообщение (например, рекламный ролик) психологический эффект.

Такого рода более сложная (назовем ее провоцирующей) закономерность подпорогового воздействия была обнаружена в исследовании, проведенном Э. Стрэхэном с соавт. (Strahan et al., 2002). Эти исследователи показали, что подпороговые стимулы способны повышать убедительность сообщений, предъявляемых надпорогово. Посредством неосознаваемых стимулов удалось повысить эффективность предъявляемых на сознательном уровне рекламных сообщений.

Как показало исследование Э. Стрэхэна с соавт., провоцирующее воздействие неосознаваемых стимулов имеет место при выполнении ряда условий. Во-первых, люди – получатели надпорогового сообщения должны быть мотивированы к достижению некоторой цели (например, утоление жажды, улучшение своего настроения). Во-вторых, подпороговый стимул должен содержательно затрагивать понятийные сферы, связанные с такой целью. Так, подпороговое предъявление слова «жажда» приводило к росту эффективности надпороговых сообщений, предлагающих выпить (лица, его получившие, выпивали значимо больше жидкости), только у тех испытуемых, которые хотели пить. Аналогично подпороговое предъявление слова «грусть» приводило к повышению эффективности надпороговой рекламы музыки хорошего настроения только для тех людей, кто был настроен на улучшение своего настроения. Эта закономерность (влияние неосознаваемых стимулов на эффективность сознательно предъявляемых сообщений) достаточно универсальна, поскольку имеет место для столь различных психических феноменов, как утоление жажды и коррекция эмоционального состояния, а также в случае изменения как аттитюдов людей, так и их реального поведения.

Интересное исследование провоцирующего воздействия неосознаваемых стимулов было проведено Ж.Б. Легалом с соавт. (L gal et al., 2012). Эти ученые изучали влияние подпороговых призывов к доверию (таких, например, как «одобрай», «соглашайся», «доверяй», «принимай» и т. п.) на восприятие сознательно предъявляемого сообщения, пропагандирующего потребление водопроводной воды. Оказалось, что такие подпороговые «манипуляции» приводили

к значимым изменениям, касающимся степени согласия с сообщением, привлекательности и доверия к его источнику (см.: Купрейченко, 2008; и др.), а также поведенческих намерений («планирую пить больше водопроводной воды», «планирую не покупать бутилированную воду»).

Еще одну закономерность, касающуюся подпорогового воздействия, выявили К. Лурш с соавт. (Loerch et al., 2013). Эти специалисты предъявляли респондентам на подпороговом уровне (17 мс) слова из двух категорий: связанные с чистотой («чистый», «светлый») и связанные с грязью («грязный», «вонючий»). После этого их просили оценить, насколько желанными являются для них различные марки чистящих средств. Следует отметить, что вопрос о желанности средств был сформулирован двумя различными способами (половина выборки получала одну формулировку, а вторая – другую). В первом варианте (отсылающем к широкому контексту) вопрос звучал так: «Принимая в расчет вашу будущую (возможную) потребность в таких продуктах, насколько привлекательными они для вас являются?» Другая формулировка (акцент на продукте) была такой: «С точки зрения физического облика продукта насколько он привлекателен для вас?»

Оказалось, что формулировка вопроса кардинальным образом влияла на эффективность подпорогового воздействия. В случае отсылки к широкому окружению высокие оценки привлекательности чистящих средств вызывались подпороговым предъявлением «грязных» слов. А при формулировке, делающей акцент на самом продукте, высокие оценки привлекательности вызывались, напротив, словами, связанными с чистотой. По мнению авторов исследования, эти результаты можно объяснить следующим образом. Важными они считали два момента. Во-первых, слова, предъявляемые подпорогово, проникали в сознание и оказывали влияние на суждения людей. Во-вторых, формулировка вопроса меняла направление мыслительной деятельности респондентов (основной вопрос, на который они хотели ответить), что определяло оценки желательности продуктов – чистящих средств.

При первом варианте формулировки (акцент на окружении) ход мыслительной деятельности был примерно следующим: нужны ли мне чистящие средства в будущем? В сознании всплывают ассоциации, вызванные предъявляемыми подпорогово «грязными» словами, т. е. меня, возможно, будет окружать грязь, а значит, будут нужны чистящие средства. В результате подобных рассуждений оценки желательности этих средств повышались. Если же при подобной

формулировке предъявлялись слова, связанные с чистотой, то ход мыслей был иным: особой необходимости в чистящих средствах в будущем у меня не будет, поскольку меня будет окружать чистота. Такой вывод провоцировало подпороговое воздействие «чистых» слов.

При втором варианте формулировки вопроса (акцент на самом продукте) предъявление слов, связанных с чистотой, способствовало повышению желательности продукта (чистящих средств) по следующей логике: «чистые продукты – хорошие продукты, значит, я их выберу». А предъявление «грязных» слов, напротив, снижало их желательность: «грязные продукты – плохие продукты, значит, я их не выберу». Исследование показало, насколько сложными являются закономерности (механизмы), опосредствующие воздействие подпороговых стимулов. В данном случае решающим фактором эффективности воздействия было направление сознательно протекавшей мыслительной деятельности человека.

Накопленный за последние два десятилетия массив экспериментальных данных свидетельствует о значительных возможностях подпороговых стимулов в отношении изменения установок и поведения людей. Подобное положение дел побудило ученых обратиться к поиску способов *противодействия* подпороговому воздействию. Основной вопрос, который в данном случае интересует исследователей, следующий: можно ли при помощи специальных мероприятий, инструкций и т. п. добиться снижения эффективности подпорогового воздействия?

Поскольку воздействие подпороговых стимулов основывается на активации автоматических реакций человека, одним из способов снижения действенности таких стимулов является повышение рефлексии человека, подвергающегося подпороговому воздействию (Loersch, Payne, 2012). Для этого людям необходимо сообщить, что на них оказывается подпороговое воздействие, которое способно повлиять на их суждения и поступки, а также предложить им более обдуманно подходить к вынесению суждений, не полагаясь на спонтанные решения. В результате подобной инструкции процесс принятия человеком решения о ценности тех или иных объектов принимает иной характер. Зная, что на них оказывается подпороговое воздействие, люди будут отказываться от своего первоначального выбора, считая – вполне обоснованно – что именно быстрый первоначальный выбор обусловлен действием подпорогового стимула.

Для проверки того, возможно ли посредством простого предупреждения людей о факте подпорогового воздействия добиться снижения его эффективности, было проведено специальное

исследование (Verwijmeren et al., 2013). Респонденты перед просмотром ролика, содержащего подпороговое рекламное сообщение, получали специальную инструкцию. В ней предупреждалось о наличии подпороговой рекламы, указывалось, что такая реклама может влиять на их суждения, а также предлагалось – насколько это возможно – защитить себя от подобного типа воздействия. Оказалось, что подобное предупреждение действительно снижает эффективность подпорогового воздействия (Verwijmeren et al., 2013).

Резюмируем наиболее важные моменты, касающиеся подпорогового воздействия. Как показали исследования, при помощи неосознаваемых человеком стимулов удастся воздействовать на различные психические образования: семантические «поля», эмоции, оценочные суждения, атитюды, межличностные стереотипы, поведенческие намерения, реальное поведение. Наряду с непосредственными эффектами подпорогового воздействия, при которых неосознаваемый стимул сразу вызывает изменение когний или поведения, имеют место опосредствованные эффекты, при которых подпороговая стимуляция благоприятствует действию сообщений, предъявляемых на сознательном уровне.

Выявлены факторы, повышающие эффективность подпорогового воздействия: наличие у человека – объекта воздействия мотивации к достижению некоторой цели (например, утоление жажды, улучшение своего настроения); содержательная связь неосознаваемого стимула с актуальной на момент воздействия мотивацией; содержание мыслительной деятельности, протекающей после подпороговой стимуляции. Получены вполне обнадеживающие результаты по проблеме противодействия подпороговому воздействию: простое напоминание о том, что на человека воздействовали подпороговыми стимулами, приводит к существенному снижению их эффективности.

Литература

- Взаимоотношения исследовательской и практической психологии. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2015.
- Дискурс в современном мире. Психологические исследования. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2011.
- Купрейченко А. Б. Доверие и недоверие – общие и специфические психологические характеристики // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Психология и педагогика. 2008. №2. С. 46–53.

- Латынов В. В. Коммуникативное воздействие: принципы, закономерности, эффекты // Психологический журнал. 2012. № 5. С. 16–27.
- Латынов В. В. Психология коммуникативного воздействия. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2013.
- Павлова Н. Д., Журавлев А. Л. К междисциплинарной проблематике дискурса // Ситуационная и личностная детерминация дискурса. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. С. 6–11.
- Психологические исследования проблем современного российского общества. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2013.
- Психологические проблемы современного российского общества. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012.
- Психологическое воздействие: Механизмы, стратегии, возможности противодействия. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012.
- Психологическое воздействие в межличностной и массовой коммуникации. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014.
- Психология XXI века: Учебник для вузов / Под ред. В. Н. Дружинина. М.: Пер Сэ, 2003.
- Психология человека и общества: научно-практические исследования. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014.
- Bargh J. A., Chen M., Burrows L. Automaticity of social behavior: Direct effects of trait construct and stereotype activation // Journal of Personality and Social Psychology. 1996. V. 71. P. 230–244.
- Brintazzoli G., Soetenc E., Deroost N., Bussche E. V. D. Conscious, but not un conscious, logo priming of brands and related words // Consciousness and cognition. 2012. V. 21. P. 824–834.
- Buhrmester M. D., Blanton H., Swann W. B. Implicit self-esteem: Nature, measurement, and a new way forward // Journal of Personality and Social Psychology. 2011. V. 100. P. 365–385.
- Cooper J., Cooper G. Subliminal motivation: A story revisited // Journal of Applied Social Psychology. 2002. V. 32. P. 2213–2227.
- Dijksterhuis A. I like myself but I don't know why: enhancing implicit self-esteem by subliminal evaluative conditioning // Journal of Personality and Social Psychology. 2004. V. 86. P. 345–355.
- Greenwald A. G., Farnham S. D. Using the Implicit Association Test to measure self-esteem and self-concept // Journal of Personality and Social Psychology. 2000. V. 79. P. 1022–1038.
- Hetts J. J., Pelham B. W. A case for the nonconscious self-concept // G. B. Moskowitz (Ed.). Cognitive social psychology: The Princeton symposium on the legacy and future of social cognition. 2001. Mahwah, N. J.: Erlbaum. P. 105–124.

- Jiang Y., Cho, A., Adaval R. The unique consequences of feeling lucky: Implications for consumer behavior // *Journal of Consumer Psychology*. 2009. V. 19. P. 171–184.
- Krizan Z., Suls J. Are implicit and explicit measures of self-esteem related? A meta-analysis for the Name–Letter Test // *Personality and Individual Differences*. 2008. V. 44. P. 521–531.
- Kunst-Wilson W.R., Zajonc R.B. Affective discrimination of stimuli that can not be recognized // *Science*. 1980. V. 207 (February). P. 557–558.
- Loersch C., Durso G.R. O., Petty R.E. Vicissitudes of desire: A matching mechanism for subliminal persuasion // *Social Psychological and Personality Science*. 2013. V. 4. P. 624–631.
- Loersch C., Payne B.K. On mental contamination: The role of (mis)attribution in behavior priming // *Social Cognition*. 2012. V. 30. P. 241–252.
- Moore T.E. Subliminal perception: Facts and fallacies // *Skeptical Inquirer*. 1992. V. 14. P. 25–34.
- Pichon I., Boccato G., Saroglou V. Nonconscious influences of religion on prosociality: A priming study // *European Journal of Social Psychology*. 2007. V. 37. P. 1032–1045.
- Pratkanis A.R. The cargo-cult science of persuasion // *Skeptical Inquirer*. 1992. V. 14. P. 260–272.
- Pratkanis A.R., Greenwald A.G. Recent perspectives on unconscious processing: Still no marketing applications // *Psychology and Marketing*. 1988. V. 5. P. 337–353.
- Randolph-Seng B., Nielsen M.E. *Honesty*: One effect of primed religious representations // *The International Journal for the Psychology of Religion*. 2007. V. 17. P. 303–315.
- Rogers M., Smith K.H. Public perceptions of subliminal advertising: Why practitioners shouldn't ignore this issue // *Journal of Advertising Research*. 1993. V. 33. P. 10–18.
- Saroglou V., Corneille O., Cappellen P.V. “Speak, Lord, Your Servant is listening”: Religious priming activates submissive thoughts and behaviors // *The International Journal for the Psychology of Religion*. 2009. V. 19. P. 143–154.
- Smith P.K., Dijksterhuis A., Chaiken S. Subliminal exposure to faces and racial attitudes: Exposure to Whites makes Whites like Blacks less // *Journal of Experimental Social Psychology*. 2008. V. 44. P. 50–64.
- Spalding L.R., Hardin C.D. Unconscious unease and self-handicapping: Behavioral consequences of individual differences in implicit and explicit self-esteem // *Psychological Science*. 1999. V. 10. P. 535–539.

Раздел 2

- Strahan E. J., Spencer S. J., Zanna M. P.* Subliminal priming and persuasion: Striking while the iron is hot // *Journal of Experimental Social Psychology*. 2002. V. 38. P. 556–568.
- Verwijmeren T., Karremans J. C., Bernritter S. F., Stroebe W., Wigboldus D. H. J.* Warning: You are being primed! The effect of a warning on the impact of subliminal ads // *Journal of Experimental Social Psychology*. 2013. V. 49. P. 1124–1129.

ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО ПРАЗДНИКА НА ЛИЧНОСТЬ*

А. М. Борисова, М. И. Воловикова

Тема воздействия на личность государственного праздника только на первый взгляд кажется областью интересов политологов. Официальный праздничный календарь, особенно его изменения, предоставляет много важной информации для психологов, активно изучающих закономерности взаимодействия личности и общества (Психологические исследования проблем..., 2013; Психологические проблемы..., 2012; Психология человека..., 2014). Государственные праздники призваны формировать гражданскую идентичность. Но происходит такое формирование или нет, во многом зависит уже от принятия праздника на уровне каждой конкретной личности.

Кросс-культурное сравнение развития национальной, этнолингвистической и религиозной идентичности, проведенное на выборках школьников в самом конце 1990-х годов на постсоветском пространстве (Развитие национальной..., 2001), выявило удививший наших коллег из Великобритании непривычный для них факт доминирования у российских детей значения гражданской идентичности. Сейчас дети, принимавшие участие в исследовании, стали взрослыми, им почти по 30 лет. От выборов и политических предпочтений данной возрастной группы зависит и настоящее, и будущее страны. Однако надо понимать, что такая ярко выраженная потребность в уважении к своей стране в те годы слабо удовлетворялась. В 1999 г. у государства российского были серьезные проблемы: череда терактов в Москве, недавний дефолт, начало второй чеченской войны... Благодаря чему поддерживался субъективно высокий вес гражданства? Конечно, здесь сказывалось влияние близких взрос-

* Работа выполнена в соответствии с государственным заданием ФАНО РФ №0159-2016-0002.

лых. Но огромная роль принадлежала участию детей в праздниках официального календаря, главным из которых в этот период, как показали наши исследования (Воловикова и др., 2003), был Новый год.

Праздник является важнейшим феноменом в истории культуры – явлением одновременно и сложным, и по-детски простым. В праздниках могут передаваться глубокие символические смыслы, и в праздновании есть место детям. Более того, участие в праздниках служит для ребенка естественным и радостным путем принятия своей этнической и культурной принадлежности. А государственные праздники в идеале должны служить укреплению чувства гордости за свою страну. Значение государственных праздников для такой огромной, многонациональной страны, как Россия, особенно велико.

Кроме многочисленных исследований праздника историками, культурологами, этнологами и совсем малочисленных исследований праздника психологами, нам встретилась небольшая публикация в Интернет-журнале «Православие.Ру», в которой ярко и доступно представлено значение праздника для сохранения единства народа на сложных путях человеческой истории. Сама публикация была посвящена новому государственному празднику – Дню народного единства, цель ее состояла в объяснении того, зачем вообще нужны праздники. Приведем ее с небольшими сокращениями.

«На Пасху (разумеется, их, а не нашу) у евреев происходит один и тот же веками разработанный ритуал. За столом маленький ребенок спрашивает самого старшего мужчину: „А зачем мы здесь сегодня собрались?“ И самый старший мужчина произносит слова, которые произносятся в этот день во всех еврейских домах на протяжении столетий. Он говорит: „Народ наш был рабом в Египте, в доме рабства, в железной печи. И Всевышний сжалился над нами и вывел нас из дома рабства рукою простертою и мышцею высокою“. Потом излагается часть того, что описано в книге „Исход“. Потом пьют вино и произносят благословение. Потом рассказ продолжается. Потом опять пьют, едят, благодарят, рассказывают» (Ткачев, 2011). Автор подчеркивает, что это «ярчайший пример неумирающей традиции и исторической памяти», добавляя: «Если народ не хочет умереть, он должен помнить главные периоды и этапы, главные события своей собственной Священной истории» (там же). Переходя к теме праздника 4 ноября, А. Ткачев говорит: «Нужно, чтобы маленький мальчик спросил отца или дедушку: „А что сегодня за праздник?“, – и старший мужчина мог ему ответить: „Понимаешь, сынок, много лет назад наш народ чуть не погиб...“. А вот

что именно дедушка или отец скажет, чтобы мальчик понял и чтоб, подрастая, смог дальше передать «священную историю» своего народа, об этом надо подумать.

О потребности именно в «священной истории» говорил и М. Элиаде. Праздник, по М. Элиаде, – это «не церемония „в память“ о каком-либо мифическом событии, а его *восстановление* в настоящем» (Элиаде, 2013, с. 55), ритуальное воссоздание первой реальности, время *начала*, которое «не течет» и представляет собой *вечное настоящее*. Воспроизведение в настоящем одних и тех же мифических событий придает человеку великую надежду: дает ему возможность преобразовать свое существование, уподобить его божественному образцу. Благодаря такому «регулярному возврату» к истокам священного и реального у человека появляется чувство защищенности от небытия и смерти (там же, с. 70).

Еще более определенно о сакральном смысле праздника писал М. М. Бахтин: «Никакое „упражнение“ в организации и усовершенствовании общественно-трудового процесса, никакая „игра в труд“ и никакой отдых для передышки в труде сами по себе никогда не могут стать праздничными. Чтобы они стали праздничными, к ним должно присоединиться что-то из иной формы бытия, из сферы духовно-идеологической. Они должны получить санкцию не из мира средств и необходимых условий, а из мира высших целей человеческого существования, то есть из мира идеалов. Без этого нет и не может быть никакой праздничности» (Бахтин, 1990, с. 13–14).

Многие исследователи (А. И. Мазаев, Е. Б. Рашковский, К. Жигульский и др.) отмечают, что праздники нужны для полноценной жизнедеятельности человека. «Они являются необходимым условием социального существования и специфическим выражением человека <...>, обладающего уникальной способностью праздновать, т. е. включать в свою жизнь радости других людей и опыт культуры предшествующих поколений» (Мазаев, 1978, с. 9). Для личности очень важным является то, что в обстановке праздника ценностно-нравственные ориентиры непроизвольно усваиваются ею (Нравственность..., 2012; Психологические исследования духовно-нравственных..., 2011; Юревич, Журавлев, 2013; и др.). Это усвоение происходит в форме эмоционального переживания настолько естественно и непринужденно, что человеком может и не осознаваться. Усвоенные нравственные образцы (Купрейченко, Журавлев, 2011; и др.) являются общими как для всех, так и для каждого члена общества в отдельности, что способствует осознанию человеком себя как неотъемлемой части общего «мы». В атмосфере праздни-

ка эмоции, выражаемые каждым, сходны по своему характеру, когда сугубо личные переживания объединяются с переживаниями других, что также укрепляет чувство принадлежности к определенной группе и всему обществу (Динамика..., 1996; Доверие и недоверие..., 2013; Социально-психологическая динамика..., 1998; и др.). А. И. Мазаев отмечает, что праздник является таким «типом жизнедеятельности, который не только в нашем сознании, но и объективно должен иметь прямое отношение к свободе, изобилию, радости и смеху, к периодическому обновлению жизни» (Мазаев, 1978, с. 13).

Суммируя, можно выделить следующие *психологические признаки* праздничной культуры:

- праздник выступает носителем основных нравственно-этических образцов, которые усваиваются личностью в качестве своих собственных;
- коллективное переживание праздника вызывает чувство причастности к человеческой истории и принадлежности к определенной социальной группе;
- особая праздничная атмосфера позволяет человеку раскрепоститься и испытать чувство свободы от будничных обязанностей и социальных ролей и быть «самим собой»;
- праздник существует «вне времени»: благодаря регулярному воспроизведению первичного события, у человека появляется переживание причастности к этой первозданности, что способствует появлению чувства бесконечности человеческого бытия.

Как показали наши исследования (Воловикова и др., 2003), наиболее ярким примером праздника-события относительно недавней и почти доступной истории нашего отечества является День Победы. Начав исследование 15 лет назад, нам удалось собрать воспоминания участников о самом событии – дне 9 мая 1945 г., когда объявили, что война завершилась полным разгромом фашистской Германии. В сильнейших переживаниях того дня слились и слезы о погибших близких людях, и память о трудностях военного времени, и огромная радость. Победа над опасным и сильным врагом давала чувство гордости за свой народ, за свою страну. С 1965 г. этот день вошел в официальный календарь государственных праздников и был объявлен нерабочим. Но до настоящего времени еще живы свидетели того самого Дня Победы, и они могут рассказать своим внукам и правнукам, что именно празднуется, как ужасна была война, бесчеловечен фашизм и как радостно, что «мы» победили –

все «мы», весь народ, принадлежать которому очень почетно. Прощедшая недавно акция «Бессмертный полк» показала, что памятью о Великой Отечественной войне и Дне Победы удалось восстановить непрерывную цепочку отечественной истории, которая, казалось бы, разорвалась на «до» и «после» 1917 г. Непрерывность эта – в благодарной памяти потомков защитникам страны.

Как-то мы задали свой вопрос о 9 мая 1945 г. Людмиле Ивановне Анцыферовой. Она вспомнила: «Когда объявили Победу, то всех охватила огромная радость. Люди не хотели сидеть дома. Было горячее желание поделиться этой радостью с другими. И вот улицы и площади Москвы стали заполняться народом. Все кидались друг к другу, незнакомые люди обнимались и плакали от счастья. И было чувство, что все едины в этой радости, будто у всех одно сердце».

Для государственных праздников необходима поддержка государства. Так 6 ноября 2013 г. в Киеве праздновали 70 лет со дня освобождения города от фашистских захватчиков. В этот день состоялся последний парад памяти подвига советских войск. В конце ноября 2013 г. на Украине началось новое время, в котором не нашлось места победителям фашизма. Изменения праздничного календаря на постсоветском пространстве происходят повсеместно. Одна из последних новостей связана с назначением новой даты украинского Дня защитника Отечества. И хотя название праздника не изменилось с тех пор, как его в праздничный календарь Украины ввел в 1999 г. президент Кучма (с привычной датой празднования 23 февраля), значение события поменялось кардинально: 14 октября отмечает свой день рождения Украинская повстанческая армия (УПА) – националисты, боровшиеся против Красной армии и других антифашистских сил. Точная дата образования УПА не выпадает на 14 октября, но в этот день отмечается любимый православными праздник Покрова. На примере этой двойной подмены можно увидеть основные психологические предпосылки воздействия (см. также: Психологическое воздействие..., 2012, 2014) на личность и на общество изменений праздничного календаря. Меняется государственная идеология – меняется официальный календарь.

Богата на праздники была жизнь дореволюционной России. Серьезным и ответственным со стороны государства было отношение к праздникам, немаловажным было их значение в жизни народа. В календаре за 1911 г. обозначены как официальные праздники следующие дни (по старому стилю): 1 и 6 января; 2, 18, 19 февраля; 7–16 и 23 апреля; 6, 9, 14, 19, 25 и 29 мая; 29 июня, 22 и 30 июля; 8, 15, 29 и 30 августа; 8, 14, 28 сентября; 1, 5, 21 и 22 октября; 14 и 21

ноября, 6 и 25–27 декабря. Все праздники (кроме Царских дней) – православные, что естественно, так как Россия была православной державой. Праздники образовывали богослужебный год – «Лето Господне», как назвал свою книгу о праздниках детства писатель Иван Шмелев. Один праздник раскрывал значение другого, и все вместе они были взаимосвязаны, давая опыт переживания событий священной истории – истории, наполненной смысла, непрерывной, начинающая с предыстории мира. Подготовка к празднику включала в себя духовную дисциплину и работу над собой. Главный праздник всего церковного года – Пасха, окончательная победа над смертью. Любовь к этому празднику во многом определила характер русского народа – его бесстрашие и готовность отдать жизнь за высокие идеалы (см.: Громыко, Буганов, 2007).

Самым суровым преследованиям в 1920–1930-е годы (да и позднее) со стороны молодого советского государства подвергались люди за празднование Пасхи (и за такие невинные атрибуты ее, как крашенные яйца, пасхи и куличи). При этом сама идея преодоления страха смерти была заимствована и преобразована в почитание бессмертия подвига героев, отдавших жизнь за революцию, и при планировании официального праздничного календаря связывалась с 7–8 ноября – годовщиной Великого Октября.

В 1918 г. в Советской России произошел переход с юлианского календаря на григорианский («европейский»), когда сразу после 31 января наступило 14 февраля 1918 г., а официальный Новый год до настоящего времени стал предшествовать Рождеству. Даже объявление в 1991 г. Православного Рождества нерабочим днем не изменило общую картину в масштабах всей страны. В период традиционно «тихой» подготовки к Рождеству случается самый громкий и шумный в году Новогодний праздник, а уже к 7 января финансовые и душевные ресурсы истощаются, и любимейший с детства праздник всего крещеного мира растворяется в потоке «обычного» времени.

Так получилось, что самым любимым праздником – «прототипом», образцом подлинного («настоящего») праздника у нас стал Новый год (Воловикова и др., 2003). Причем исследователи столкнулись с феноменом «русского нового года», когда уезжающие за границу сограждане не находили там привычного с детства праздника: все атрибуты Нового года в западных странах принадлежат, как и у нас прежде, Рождеству. А история нашего «особенного» Нового года такова.

К началу 1930-х годов Рождественская елка попала под запрет, но «выручил» Новый год, и елка сохранилась, став новогодней и вообраз в себя атрибуты и отчасти символику рождественских елок.

Молодое государство признало необходимость праздника и чуда* для воспитания нового поколения. 27 декабря 1935 г. на слете стахановцев лидер украинских комсомольцев Павел Постышев произнес речь: «Давайте, организуем к новому году детям хорошую ёлку» (на следующий день опубликованную в «Правде»), – где заявил: «Почему у нас школы, детские дома, ясли, детские клубы, дворцы пионеров лишают этого прекрасного удовольствия ребятишек трудящихся Советской страны?». Уже 30 декабря в Москве и больших городах появились елочные базары. В 1937 г. в Колонном зале прошла первая «Кремлевская» елка (в Кремле она стала проходить с 1954 г.). В 1946 г. Новый год объявили нерабочим днем.

Бедный на праздники календарь советской эпохи скупко пополнялся новыми датами. В 1941 г. нерабочими днями были 1 и 2 мая (Международный праздник трудящихся), 7 и 8 ноября (Великая Октябрьская революция), 5 декабря (Сталинская Конституция). Нерабочим был и день смерти Ленина – 22 января. Последнее, возможно, – попытка устройства «новой пасхи» («вечно живой» вождь в мавзолее), но здесь чудесной подмены праздника, как случилось с Новым годом, не произошло. В календаре за 1945 г. 22 января уже не выделено как «красный день». С 1966 г. нерабочим стал день 8 марта – Международный Женский день (возможно, ставший у нас аналогом Дня Матери). В 1979 г. происходит перенос праздника День Конституции с 5 декабря на 7 октября. В календаре 1981 г. снова появляется День Победы – 9 мая.

Согласно нашим исследованиям (Воловикова, Тихомирова, Борисова, 2003), в советских праздниках было много доброго. Оказалось, что и спустя десятилетия после наступления постсоветской эпохи сохранилась благодарная память об этих праздниках: о той атмосфере мира, дружелюбия и чувства единства со всеми людьми, которыми было наполнено празднование, особенно семейное. Нужно полагать, что могучая культура прежней России, в основах своих христианская, преобразила советские праздники и сделала их уникальным явлением мировой праздничной культуры, позволяя в условиях тоталитарного государства сохранить вечные ценности любви, веры и надежды.

Как всегда это происходило при смене общественного строя, с начала двухтысячных официальный праздничный календарь вновь стал меняться.

* Если на русском языке слово «праздник» происходит от слова «праздность» (запрет работать в праздничные дни), то на грузинском языке слово «праздник» означает «день чуда».

Одновременная замена в 2005 г. главного советского праздника 7–8 ноября (годовщины Октября) на 4 ноября (День Народного Единства) давала исследователям редкую возможность наблюдать процесс принятия (либо отторжения) личностью нового праздника.

Для организации мониторинга изменения отношения к «осенним праздникам» нами была разработана анкета открытого типа, направленная на выявление субъективного опыта переживания праздника. Анкета состояла из заданий:

- а) продолжить предложение «Для меня праздник 4 ноября – это...»;
- б) назвать первые три слова, которые приходят в голову в связи со словами «праздник 4 ноября»;
- в) ответить на вопросы: можете ли назвать праздник 4 ноября, который вам особенно запомнился? Чем именно он запомнился? Что для вас означат старый (теперь) праздник 7 ноября?
- д) укажите ваш возраст, пол, регион проживания.

Задание на ассоциации напомидало анкету нашего предыдущего исследования, в котором изучались представления о «настоящем» празднике (Воловикова и др., 2003; Борисова, 2012), что позволяло сравнить структуру этих представлений со структурой представлений о новом-старом празднике*. Понятие «структура социальных представлений» заимствовано у исследователей французской научной школы С. Московичи (см.: Емельянова, 2006). С помощью специальных математических процедур в социальном представлении (СП) о каком-либо явлении выделяют «ядро» и «периферию» – устойчивую и подверженную изменениям составляющие структуры СП.

Анкета для заполнения в режиме он-лайн размещалась ежегодно, начиная с 2007 г., на сайте Института психологии РАН в период, близкий к «осенним праздникам». Важным для нас показателем было то, захотят ли посетители сайта отвечать на вопросы нашей анкеты, что само по себе явилось бы проявлением интереса к данной теме.

Обработка заполненных анкет осуществлялась с помощью качественного анализа высказываний, обработка ассоциаций со словом «праздник 4 ноября» – методом П. Вержеса по выявлению структуры социальных представлений (СП) (Verges, 1992). Исследователи, работающие по данной методике, отмечают: «В соответствии с прототипическим методом анализа, предложенным П. Вержесом, цен-

* Праздник 21 октября из дореволюционного календаря как раз соответствует по новому стилю празднику 4 ноября. Праздник был установлен в честь конца Смутного времени и сохранения Государства Российского.

тральные элементы представления являются не только высокочастотными, но и приводятся респондентами в числе первых рангов... На основании пересечения показателей частотности и среднего ранга каждой приведенной ассоциации составляются таблицы из четырех квадратов» (Пащенко-де-Превиль, Дрозда-Сенковска, 2013). Элементы с высокой частотой и низким показателем ранга (т. е. их называют часто и ставят на первые позиции) относят к ядру СП. В таблице они занимают левый верхний квадрат (см. таблицы 1 и 2). Интерпретация остальных квадратов в разных источниках несколько разнится, но все исследователи согласны в том, что это *периферия* СП, причем в нижнем левом квадрате собраны элементы с низкой частотой и низким показателем ранга, образующие зону потенциальных изменений СП, в правом верхнем квадрате – с высокой частотой и высоким показателем ранга – могут указывать на влияние СМИ, а элементы нижнего правого квадрата можно не учитывать, их редко называют (малая частота) и ставят на последние позиции (высокий показатель ранга).

Первым результатом нашего исследования было то, что анкету заполняли, она вызвала интерес, желание поделиться переживаниями, преимущественно негативными. Анализ 184 анкет, заполненных взрослыми респондентами (средний возраст – 43 года) из разных регионов РФ, показал противоречивый характер СП о новом празднике. Хотя СП еще не сложились, но на первом этапе они начали обретать негативно-оценочный характер.

Для сравнения начнем анализ с сопоставления с данными одного из предыдущих исследований, где была получена сложившаяся структура СП о «настоящем празднике», по результатам, полученным на взрослой выборке в 2011 г. (таблица 1).

Таблица 1
Структурный статус элементов СП о «настоящем празднике»
(взрослая выборка, 2011 г.)

Частота ассоциации	Средний ранг ассоциации	
	<1,97	≥1,97
≥23,4	радость (1,5) веселье (1,67)	подарок (2,4)
<23,4	новый год (1,6) отдых (1,9) хлопоты (1,88)	друзья (2,16) музыка (2,4) стол (2,15) гости (2)

Картина структуры СП четкая и ясная. В «ядре» СП ассоциации «радость» и «веселье». В «зоне ближайшего развития» – Новый год, отдых, хлопоты. Вполне возможно, что место «подарка» в структуре СП связано с влиянием рекламы в СМИ. Что касается «друзей», «музыки», «стола» и «гостей», то на разных по возрасту выборках (см.: Борисова, 2012) их место в структуре варьировалось. Но во все годы и на всех этапах неизменно с большим отрывом лидировали «радость» и «веселье».

В исследовании С. В. Тихомировой социальных представлений современной молодежи о празднике (Тихомирова, 2008) была представлена разработанная ею математическая процедура обработки ассоциаций. Согласно полученным результатам, ассоциации «радость» и «веселье» заняли центральное положение в структуре СП. Причем у молодежи чаще на первом месте стояло «веселье» (Тихомирова, 2008), а у респондентов из более старших групп лидировала «радость» (Борисова, 2012). Таким образом, одно из понятий не могло заменить другое, каждое из них имело свой смысловой оттенок. «Радость» может быть от чего-то или от кого-то, а «веселье» не имеет такой определенности, это просто состояние. Но обе ассоциации могут указывать на одну из главнейших функций настоящего праздника – помощь в преодолении аутомортальной тревожности (переживания страха смерти, точнее, факта «смертности» любого человека). Возможно, с этим связано то переживание радости и веселья, которые сопровождают подлинный («настоящий») праздник, открывающий человеку на простом языке образов, понятных детям, высшие смыслы бытия.

Просто «отдых» – это еще не праздник в подлинном смысле этого слова. Однако именно «выходной» («отдых») стал лидирующей ассоциацией по поводу праздника 4 ноября. Результаты проведенного анализа представлены в таблице 2.

Лидируют ассоциации: *выходной, единство, что это?* (частота ≥ 9 ; средний ранг $< 1,85$). В зону потенциальных изменений СП вошли ассоциации: *революция, Путин, ничего, согласие, праздник, икона Казанской Божьей Матери, навязывание, народ/общество* (частота ассоциация < 9 ; средний ранг $< 1,85$). Иницированными СМИ можно считать ассоциации: *7 ноября, непонятность, искусственность, осень, Минин и Пожарский, холодно, отдых, память/история* (частота ≥ 9 ; средний ранг $\geq 1,85$).

Полученные результаты показывают, прежде всего, то, что СП о новом празднике пока не сложились, что в ядро СП об этом празднике вошли ассоциации, которые не образовали смыслового единст-

Таблица 2
Структурный статус элементов СП о празднике 4 ноября

Частота ассоциации	Средний ранг ассоциации	
	<1,85	≥1,85
≥9	<p>выходной (1,39) единство (1,54) что это? (1,59)</p>	<p>7 ноября (1,85) непонятность (1,85) искусственность (1,9) осень (1,93) отдых (2,11) негативные чувства (2,13) Минин и Пожарский (2,2) холодно (2,2) бытовые проблемы (2,2) память/история (2,83)</p>
<9	<p>революция (1,29) Путин (1,33) ничего (1,43) согласие (1,5) праздник (1,57) икона Казанской Божьей Матери (1,57) навязывание (1,67) народ/общество (1,83)</p>	<p>красный цвет (2,5)</p>

ва, целостности, что свидетельствует об отсутствии сформированного ядра, а значит, и четкого представления о том, «что» и «зачем» празднуется в этот день.

Одна из причин сложного отношения к новому празднику, возможно, заключается в том, что календарно он близок к главному советскому празднику 7 ноября. Еще живо то поколение, для которого это был не просто идеологический, а настоящий праздник, который собирал всю семью вместе, друзей, коллег. На вопрос «Что для вас означает старый праздник 7 ноября?» пожилые респонденты отвечали: «Великолепные воспоминания – величия и гордость за нашу родину; за великий народ огромной страны» (Ж, 65 лет), «патриотические чувства, демонстрация, семейные праздники» (Ж, 57 лет), «общий сбор всех родственников, праздничный стол, веселье, песни» (М, 82 года), «воспоминание атмосферы всеобщего праздничного настроения» (М, 57).

Период, когда Октябрь был главным праздником, характеризовался представлением о величии страны, гордости за победу народа в Великой Отечественной войне, за успешные запуски первых спут-

ников Земли и полет Гагарина... Резкая и неподготовленная «замена» праздника вновь поставила перед проблемой прерывности-непрерывности отечественной истории. Та предварительная работа, которую нужно было бы проделать до включения нового праздника в календарь, должна быть направлена на идею исторической преемственности поколений и передачи всего самого ценного для российского сознания. Собственно сама передаваемая ценность обозначена в названии праздника – единство народа.

Впрочем, сейчас ситуация меняется. Происходят очень важные события, которые могут поменять и отношение к самому празднику. Уже три года подряд 4 ноября в Манежном выставочном зале проходят выставки, посвященные важным периодам российской истории: «Романовы» (2013), «Рюриковичи» (2014) и «От великих потрясений к великой победе: 1914–1945» (2015). Работа, которую выполняют эти экспозиции, состоит в восстановлении картины непрерывной истории государства Российского и в постижении смысла существования народа и значения его единства.

Мы предположили, что отношение к «осенним праздникам» будет меняться. Этап исследования в 2015 г. подтвердил наше предположение. Хотя обработка его результатов еще не завершена, но уже можно отметить отсутствие накала негативных высказываний, который мы отмечали в предыдущие годы. Характерный пример – ответы 53-летней жительницы Москвы. Праздник 4 ноября для нее «выходной», ассоциации с этим днем – из ее детства – «революция», «каникулы», «7 ноября». А на вопрос, что для нее означает прежний праздник 7 ноября, она отвечает: «часть жизни».

Самое интересное и новое в последнем этапе исследования связано с несколькими анкетами молодых людей из Крыма. Отмечается позитив и общее положительное ожидание от всех праздников нового для них (18-летних) государства и полное отсутствие каких-либо знаний о 7 ноября и, соответственно, отсутствие каких-либо психологических проблем в связи с этим праздником. На такой «чистой территории» можно и нужно созидать современную картину подлинной значимости государственных праздников. Речь идет о «воспитании праздником» новых поколений россиян.

Связано это с тем огромным, еще пока мало исследованным психологическим значением, которое имеет праздник.

То, что изменения официального праздничного календаря всегда происходили и происходят вслед за изменением государственной

идеологии, доказывает наличие идеологической составляющей праздника как важнейшего явления общественной жизни.

Праздник обладает относительной независимостью от происходящих в обществе процессов, поскольку главная характеристика этого феномена – наличие существенного и глубокого смыслового, «миросозерцательного» (М. М. Бахтин) содержания.

Сравнение результатов обработки ассоциаций, полученных в исследованиях, позволяет увидеть явное искажение образа праздника 4 ноября как Дня народного единства.

Наблюдаются позитивные изменения в социальных представлениях о новом празднике, связанные с социально-политическими событиями в жизни государства.

Благополучное интегрирование нового праздника может быть только в случае наличия в нем очевидного для всех смыслообразующего компонента и его экзистенциальной значимости. Именно поэтому введению нового праздника должна предшествовать большая работа, в которой будут учтены все особенности, связанные с современной культурно-исторической обстановкой, социально-общественными настроениями людей, идеологическими ориентирами государства и т. п.

Главная задача праздника в жизни государства – сохранение ценностей, поддержание нравственных норм и принципов, имеющих первостепенное значение для личности и общества.

Литература

- Бахтин М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. М.: Худ. лит., 1990.
- Борисова А. М. Психолого-мировоззренческое значение праздника для современной личности // Современная личность: Психологические исследования. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012. С. 248–261.
- Воловикова М. И., Тихомирова С. В., Борисова А. М. Психология и праздник: Праздник в жизни человека. М.: Пер Сэ, 2003.
- Громыко М. М., Буганов А. В. О воззрениях русского народа. М.: Паломник, 2007.
- Динамика социально-психологических явлений в изменяющемся обществе. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1996.
- Доверие и недоверие в условиях развития гражданского общества. М.: Изд-во НИУ ВШЭ, 2013.
- Емельянова Т. П. Конструирование социальных представлений в условиях трансформации российского общества. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2006.

Раздел 2

- Купрейченко А. Б., Журавлев А. Л. Проблемы формирования и выявления нравственной элиты: итоги дискуссии // Психологический журнал. 2011. Т. 32. № 5. С. 97–99.
- Мазаев А. И. Праздник как социально-художественное явление. М.: Наука, 1978.
- Нравственность современного российского общества: психологический анализ. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012.
- Пащенко-де-Превиль Е., Дрозда-Сенковска Е. Социальные представления об ответственности у молодежи России и Франции // Психологический журнал. 2013. Т. 34. № 2. С. 87–98.
- Психологические исследования духовно-нравственных проблем. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2011.
- Психологические исследования проблем современного российского общества. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2013.
- Психологические проблемы современного российского общества. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012.
- Психологическое воздействие: механизмы, стратегии, возможности противодействия. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012.
- Психологическое воздействие в межличностной и массовой коммуникации. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014.
- Психология человека и общества: научно-практические исследования. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014.
- Развитие национальной, этнолингвистической и религиозной идентичности у детей и подростков / Под ред. М. Барретта, М. Воловиковой, Т. Рязановой. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2001.
- Социально-психологическая динамика в условиях экономических изменений. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1998.
- Тихомирова С. В. Динамика социальных представлений о празднике у современной российской молодежи: Дис. ... канд. психол. наук. М.: Институт психологии РАН, 2008.
- Ткачев Андрей, протоиерей. История и преемственность // Православие.ру. 2011. 4 ноября. URL: <http://www.pravoslavie.ru/jurnal/49651.htm> (дата обращения: 15.08.2015).
- Элиаде М. Священное и мирское. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2013.
- Юревич А. В., Журавлев А. Л. Психология нравственности как область психологического исследования // Психологический журнал. 2013. Т. 34. № 3. С. 4–14.
- Verges P. L'Evocation de l'argent: Une methode pour la definition du noyau central d'une representation // Bulletin de Psychologie. 1992. V. XLV. P. 203–209.

Раздел 3

ДИСКУРС И ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

МОДИФИКАЦИЯ ИНТЕНЦИОНАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА В ПОСТСОБЫТИЙНОМ ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ*

Т. А. Гребенщикова, Н. Д. Павлова, В. А. Афиногенова

1. Особенности интернет-дискурса

Проникновение «всемирной паутины» во все сферы жизни безмерно облегчило коммуникацию и открыло доступ к безграничному источнику новых знаний. При этом возрастающий информационный поток и эмоциональная вовлеченность в интернет-дискурс, поддерживаемая его интерактивностью, является серьезной проверкой для эмоционально-регуляционных механизмов личности. Постоянная публичность, выбираемая сегодняшним пользователем, вкупе с интенцией осуществить выгодную самопрезентацию усугубляют ситуацию социальных сравнений, что можно бесспорно считать угрозой для психологического благополучия субъекта. Кроме того, в ситуации анонимного участия в групповом общении возникает зона повышенной вербальной агрессии (Ruiz 2011; Santana et al., 2014). Хотя еще недавно существование интернета как среды без границ обещало новый виток развития гуманизма «в цифровом облаке» с приоритетом личной ответственности, взаимоуважения, свободой реализации идентичности. Предполагалось, что будут созданы условия для «идеальной речевой ситуации» (по Ю. Хабермасу) с присущей ей кооперативностью и аргументированностью суждений (Heng, Moor, 2003). В реальности расширение формата социальных сетей воспроизводит в интернете отношения между социальными группами, повторяя фрагментацию общества и воспроизводя межгрупповые и межличностные противоречия (Мартьянов, Мартьянова, 2012).

Интернет является крайне неоднородной средой, и на сегодняшний день даже метафора «рыночной площади», где могут столкнуться

* Работа выполнена в соответствии с Государственным заданием ФАНО РФ №0159-2016-0009.

представители разных страт и занятий для любого обмена (межличностного, культурного, информационного, эмоционального, экономического), представляется слишком приблизительной. Отражающий эти интеракции интернет-дискурс субъективен, его участник реализует себя, свою идентичность, актуализирующуюся в соответствии с контекстом взаимодействия; он транслирует свое интенциональное состояние в интернет-пространство в целях самопрезентации, канализации различных эмоциональных состояний, чтобы донести свое мнение и/или изменить мнение собеседника.

Границы интернет-дискурса как явления, рожденного в процессе коммуникации в виртуальной среде, сегодня простираются далеко за ее пределы. В смежных с психологией науках появились специальные направления, анализирующие состояние исследований интернета как средства коммуникации и как дискурса: медиапсихология (Человек как субъект..., 2011), медиалингвистика (Актуальные проблемы современной медиалингвистики..., 2014), СМС (computer mediated communication)*. Очерчиваются границы интернет-дискурса и разных его жанров, особенности речевого поведения пользователя интернета и подходы к его изучению (Какорина, 2012; Степанов, 2014; Кириллина, 2015). Внимание исследователей привлекают виды и нормы коммуникации, действующие в условиях общения в интернете как в публичном пространстве. Отмечаются синхронность, анонимность, воспроизводимость информации, динамичность информационного и коммуникативного потока с его одновременной архивацией. Невербальные компоненты коммуникации (Морозов, 2011) функционируют в составе сложного поликодового и креолизованного языка интернета с его паралингвистическими возможностями – картинками, изображающими эмоции, гиперссылками, графическими, видео- и аудиофайлами, отражающими мнения пользователей (Кириллина, 2015; Чернявская, 2009).

Накапливаются разнообразные факты, касающиеся условий проявления норм общения в интернете. Показано, например, большое влияние контекстных норм на общение – как на анонимное, так и неанонимное – особенно, если данные нормы ярко демонстрируются в ходе общения его участниками (Spears et al., 2011). Так, на сайтах с идеологическим содержанием субъекты стараются действовать в рамках норм, принятых в данном сообществе (Yun et al., 2013). Если в предыдущих комментариях уже есть рациональные дово-

* СМС – computer-mediated communication – коммуникация, опосредованная компьютером, виртуальное общение, общение в пространстве интернета.

ды, то в последующих оставляются более обоснованные замечания (Sukumaran et al., 2011). Было показано на материале новостных сайтов, что вовлеченность реальных персон в онлайн-общение оказывает более сильное влияние на комментарии, чем участие неперсонализированных представителей службы новостей под логотипом сайта: уровень вежливости и стремление к объективности в суждениях повышаются (Stroud et al., 2015). Подчеркивается, что форумы, где участники следуют нормам кооперативного вежливого общения, отличаются большей содержательностью, в этих условиях демонстрируется рост знаний, сближение противоположных взглядов, уменьшение разрыва между установками и поведением (Capella et al., 2002; Fishkins, Luskin, 2005). Отмечается, что проявление невежливости подобно той ситуации, когда мусор оставляют там, где уже намусорено (Cialdini et al., 1990).

Показано, что некоторые темы «притягивают» комментарии того или иного качества: проблемы здоровья (здравоохранения) и преступности значимо чаще вызывают конкретные вопросы, направленные на поиск информации/оценку мнения, а вокруг темы образования возникает больше релевантных и вежливых комментариев. Темы же экономической тематики вызывают больший рост необоснованных комментариев и оценок (Stroud et al., 2014).

Предполагается, что в интернет-среде проявляются общие социально-психологические эффекты, ранее выделенные в процессе непосредственного внутригруппового взаимодействия (см., например: Соснин и др., 2011): поляризация суждений, когда участники интернет-коммуникации стремятся искать подтверждение своим взглядам (Anderson et al., 2014), трансляция лидером норм поведения для своей группы (Hoggs, Reid, 2006), SIDE-феномен, описание которого связано с именем С. Московичи (social identity deindividuation effects), согласно которому поведение личности обусловлено нормами, соответствующим идентичности, актуализированной в данном контексте (Postmes et al., 1998; Spears, Lea et al., 2011). Было показано, что интернет-контент воспроизводит существующие этические нормы и правила его создателей, отражает традиционные установки и предпочтения данного общества (Soffer, 2013). Получают освещение некоторые специфические феномены: флейминг – намеренное нарушение норм общения в интернете с целью вызвать негативную реакцию (O'Sullivan, Flanagan, 2003), кибербуллинг – травля, распространенная в среде подростков (Heirman et al., 2015), и др. Предпринимаются попытки описать и разработать условия для реализации норм кооперативного вежливого общения (Halpern, Gibbs, 2013;

Ruiz et al., 2011; Stromer-Galley, 2007). Было показано, что по сравнению с анонимной нерегулируемой коммуникацией наличие таких условий, как обязательная неанонимность, а также премодерация сообщений, способствует реализации норм вежливости и взаимоважания (Ruiz et al., 2011; Santana et al., 2014).

Новостная интернет-среда, соответствующая принципу «получение информации где угодно и когда угодно» (Засурский, 2011), открытая для интерактивных комментариев читателей, позволяет говорить о функционировании *постсобытийного дискурса* – дискурса, содержание которого является откликом как на само событие (информационный повод), так и на конкретное сообщение (на авторскую позицию или изложение факта на том или ином ресурсе) (Василенко, 2015). Следует отметить, что интернет-среда является свободной зоной для выражения любых оценок, в том числе для выражения вербальной агрессии, которая в некоторой степени может регулироваться владельцами сайтов и на законодательном уровне. В дискуссиях в интернете, тематически воспроизводящих общение вне последнего, могут высказываться более резкие моральные суждения (Rier, 2007). В связи с этим можно предполагать, что в интернет-среде на больших коммуникативных площадках проявляется эффект асимметрии оценок в сторону негативного полюса. Выраженность оценок «свой–чужой» в этих условиях должна заостриться в этническом дискурсе.

Этноцентризм как явление хорошо изучен (Tajfel, 1970; Levine, Campbell, 1972; Horowitz, 1985; Соснин, 1997; Лебедева, 1999; Мацумото, 2002; и др.) и оценивается как защитный социально-психологический механизм группы, направленный на сохранение ее социальной идентичности, а также как набор стереотипов (позитивный автостереотип и негативный гетеростереотип). Толерантность, будучи субъективно оцениваемой длиной социальной дистанции по отношению к представителям своей или чужой группы, входит в конструкт этноцентризма: «Чем ниже социальная дистанция [к представителям другого этноса], тем с большей уверенностью можно говорить о гибком этноцентризме; чем выше социальная дистанция, тем выраженный этноцентризм, основанный на социально-психологической защите общности, воспринимающей окружающие ее этнические группы как источники угрозы» (Стадников, 2005, с. 202).

Представленное ниже эмпирическое исследование тематически связано с темой этноцентризма и касается оценки различных аспектов социально-психологической действительности, которые включают референциальные объекты «мы» и «они».

2. Задачи исследования

Исследование обращено к изучению постсобытийного дискурса на материале диалогов пользователей интернета, возникающих в зоне комментариев новостных сайтов – информационных, информационно-публицистических и информационно-развлекательных. Поскольку тематически, даже в конкретной сфере информационных сайтов, интернет-дискурс огромен и разнороден, для данного исследования были отобраны образцы, связанные с оценкой событий, так или иначе касающихся межэтнических отношений. Было отобрано 15 информационных сообщений и репортажей/интервью 2013–2015 гг. вместе с последующими комментариями (на информационных порталах радиостанции «Эхо Москвы», газет «Ведомости», «Газета», информационно-развлекательном портале d3.ru). Продолжительность обсуждения – от 5 до 55 комментариев, медиана – 18, всего проанализирован 321 комментарий. Выбор образцов определялся наличием в комментариях (но не в новостных поводах) этномаркированной лексики.

Основная *цель* исследования – описать закономерности развития постсобытийного дискурса, в том числе тенденции изменения интенционального пространства и оценочности представления референциальных объектов.

Были поставлены следующие *задачи*.

1. Описать референциальные объекты постсобытийного дискурса.
2. Выявить интенции исходного новостного и постсобытийного дискурсов, сопоставить эти интенции, оценив качественный сдвиг оценок.
3. Определить соотношение различных групп интенций постсобытийного дискурса с выделенными референциальными объектами.

Для работы использовался экспертный метод оценки психологического содержания речи – *интент-анализ* (Слово в действии..., 2000), который применялся к различным видам диалоговой и недиалоговой речи (Павлова, 2005; Кубрак, 2009; Гребенщикова, Зачесова, 2014; Афиногенова, Павлова, 2015). Близкая по направленности работа с применением интент-анализа на материале газет была осуществлена в 1995 г. В. В. Латыновым (Ушакова и др., 1995). В оценке материала участвовали 3 эксперта, квалифицированных в области психологии речи и психолингвистики, согласованность их работы достигалась в результате совместного обсуждения.

Особенность исследуемого материала состоит в том, что события, обсуждаемые в новостях, касались различных конфликтных тем мировой и внутренней политики, так или иначе затрагивали тему отношения россиян к представителям других этносов (теракты в Париже в начале 2015 года, демонстрация в поддержку исламских ценностей в России, события в Гюмри в 2015, погромы в Бирюлево в 2013 г.). Конфликтность дискурса в данном контексте означает наличие противоречий интересов, которые так или иначе отмечают сами участники обсуждения, определяя стороны конфликта, его причины и приписывая ответственность за сложившуюся ситуацию определенным участникам или силам.

3. Референциальные объекты постсобытийного дискурса

Референциальные объекты – это упоминаемые в дискурсе лица, явления, события, любые другие объекты реальности, на которые направлены интенции говорящего. Исследования в области интенционального анализа (Слово в действии..., 2000; Дискурс в современном мире..., 2011) очерчивают три основных группы референциальных объектов: «я» (сам говорящий), «ты» (собеседник, аудитория), «окружающая действительность». В различных видах дискурса указанные виды референциальных объектов модифицируются, их число может меняться. Например, в политическом дискурсе роль «собеседника» выполняют «избиратели» и «оппонент», в дискурсе ток-шоу «собеседник» – это «зритель», «ведущий», «герой передачи».

Особенностью референциальных объектов постсобытийного дискурса является их значительная трансформация относительно исходного описания события. Комментаторы в одних случаях обобщают исходные объекты (ср.: *прокуратура Франции – французы; пятеро россиян – Русский мир*), в других, напротив, конкретизируют и ограничивают их (*мигранты – уроженцы Кавказа*), в третьих – заменяют одни объекты на другие по типу трансдуктивного переноса (*террористы – мусульмане*). Сообщения, содержащие краткую сводку, вызывают комментарии, в которых число референциальных объектов относительно исходного увеличивается, их образы размываются, возникают дополнительные темы обсуждений, в том числе тема компетентности и других личных качеств участников дискуссии.

По характеру референциальные объекты, многократно упоминаемые (более 40 раз) в диалогах-комментариях, могут быть отнесены к 6 группам:

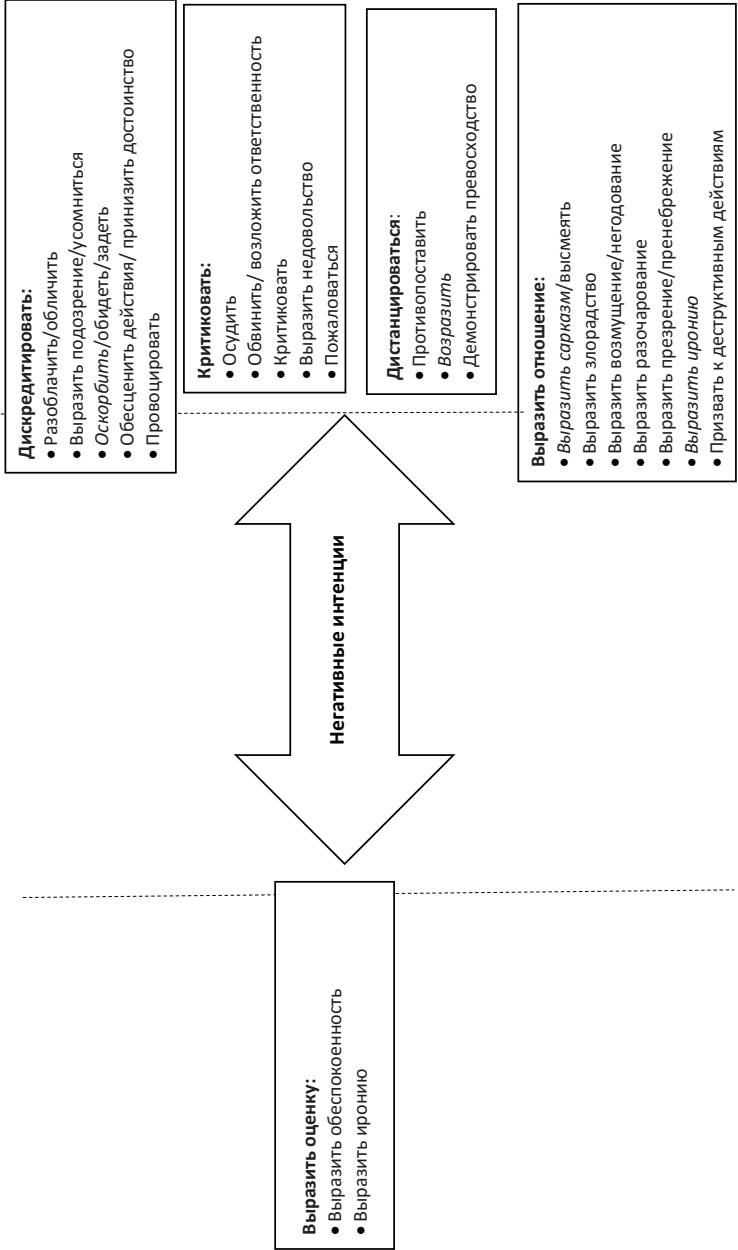
1. Объект «Мы»: народ, россияне, Россия, читатели новостного ресурса. Коммуникант высказывается, как правило, от первого лица. При выборе местоимения третьего лица, о том, что оценки принадлежат данному «мы», можно судить по соотношению с другими объектами, которым объект противопоставлен: народ – власть, русские – мигранты, представители большинства населения – элита. Между «Россией» и «русскими» собеседники не делают различий, хотя иногда отмечается, что в состав России, помимо русских, входят другие этносы (*«это такие же россияне»*). Судить с полной уверенностью о этнической идентичности комментаторов, как и о принадлежности их той или иной стране, не представляется возможным.
2. Объект «Они»: представители различных этносов в составе России, от которых говорящий прямо или косвенно дистанцируется (*«не хочу жить в одной стране с людьми, у которых кровная месть является обычным делом»*; *«эти горцы»*). В эту группу входят жители Кавказского региона РФ, мигранты из среднеазиатских стран и стран Закавказья, бывших республик в составе СССР, а также мусульмане вне зависимости от их национальности и формы исламского верования (*муслимы, исламисты*) и приверженцы иудаизма (*евреи, пейсатые*).
3. Объект «Власть»: правительство, Государственная Дума и ее представители, государственные структуры, ведомства – в том числе военные и полиция, президенты РФ и главы отдельных ее республик, премьер-министр, крупные государственные компании и их руководители.
4. «Другие страны»: отдельные европейские страны, страны НАТО, США, их президенты и представители отдельных государственных структур, а также участники СНГ.
5. «Собеседник»: другой комментатор, участвующий в обсуждении. Реплики, адресованные тому или другому собеседнику, как правило, организованы в отдельные ветви дискуссии.
6. «Третьи лица»: называются конкретные лица, не являющиеся представителями власти, журналисты, в том числе авторы обсуждаемых сообщений и статей, а также информационные ресурсы – газеты, сайты.

4. Интенциональное пространство постсобытийного и новостного дискурса

Результаты оценки интенций исходного новостного и постсобытийного дискурса представлены на рисунке 1. Прежде всего, заметно

НОВОСТНОЙ ДИСКУРС

ПОСТСОБЫТИЙНЫЙ ДИСКУРС



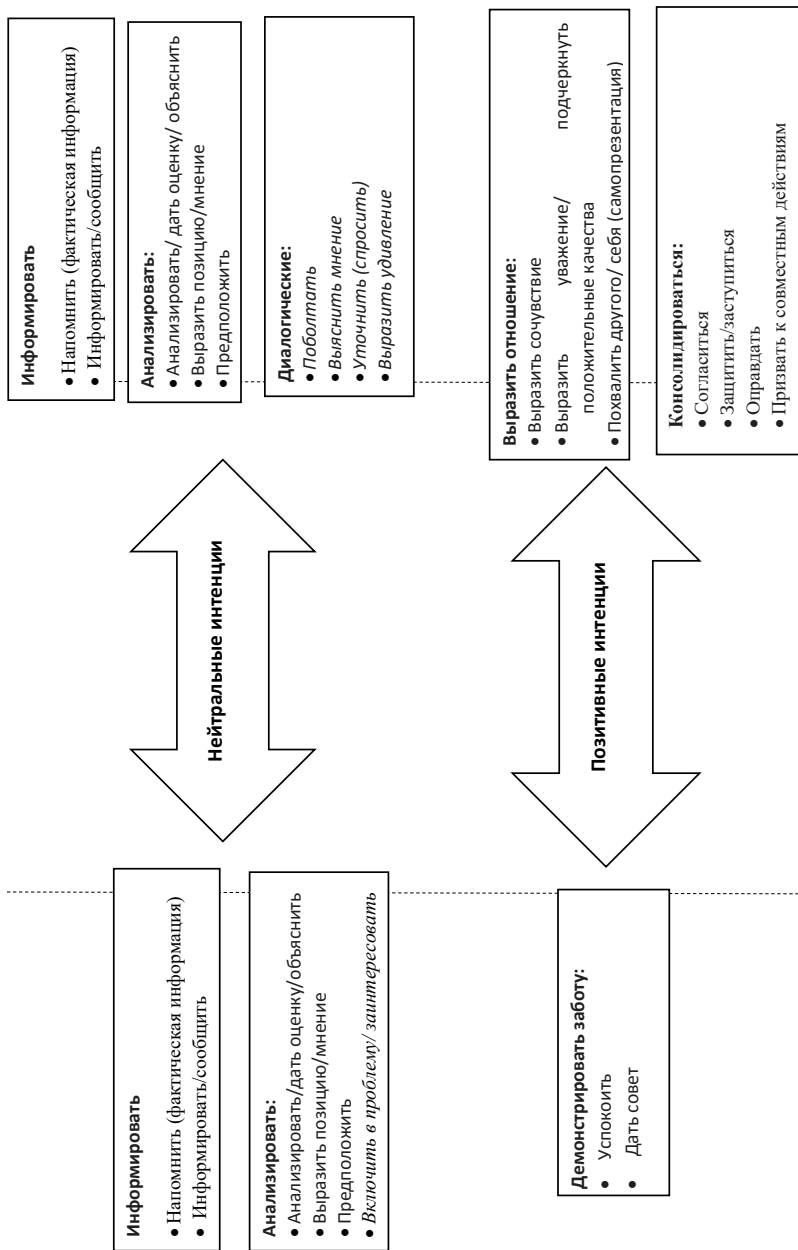


Рис. 1. Интенциональное пространство новостного и постсобытийного дискурса в интернете (курсивом выделены диалогические интенции)

расширение интенционального пространства постсобытийного дискурса за счет почти 4-кратного увеличения числа категорий: 10 категорий интенций в исходных сообщениях против 39 категорий в комментариях. Причем во всех 15 исходных текстах-сообщениях основной интенцией выступает информирование. Вместе с тем обнаруживается, что в постсобытийном интернет-дискурсе происходит резкое возрастание числа интенций негативно-оценочного характера, связанных с целым рядом оттенков неприятия: от выражения разочарования и обвинения до осуждения и злорадства.

Рассмотрим на конкретных примерах варианты проявляющихся негативных интенций. Обращают на себя внимание интенции с высокой выраженностью эмоционально-оценочного компонента: выразить обеспокоенность (*это плохо закончится! Как костер, все разгорается и разгорается!*), выразить возмущение (*в момент краха семьи, наше государство еще и собирается ОБИРАТЬ людей?*), выразить злорадство (*Доигрались, европейцы? Скоро победите в Русский мир...*). Интенция провоцирования, стремление представить объект в дурном свете, принизить его, обесценить действия (например, о вооруженных силах РФ – *чья профессия родину защищать..., пардон, ждать халывной квартиры от государства*) очерчивают ярко выраженную зону вербальной агрессии собеседников.

Негативно характеризуя действительность, комментаторы приписывают ответственность за происходящее тем или иным референциальным объектам: *вся грязь только от них, раньше в городе было чище; проблемы с нашим государством нельзя решать... поэтому люди вынуждены себя защищать, как могут. Звучат и прямые обвинения: виновата полиция и еще коррупция; во всем виновата Европа; пока не остановить главных террористов – США [о США], создающих и финансирующих террор во всём мире...; А патрули эти все курам на смех. Мусора не работают. Вообще.*

Ярче всего интенции дистанцирования и демонстрации превосходства выражаются на лексическом уровне, когда комментаторы выбирают уничижительные номинации: *чурбана задержали, воинствующие креаклы, союз слабоумных и предателей, мировая обСчественность* (написание сохранено) и т. п. В постсобытийном дискурсе относительно исходного набирает силу противостояние, реализующееся в различных направлениях: *народ–власть (менять ее [систему] не выгодно как раз тем, кто в ней, а не простым людям), богатые–бедные (не нужно смешивать бесправных обитателей горных аулов... с владельцами дорогих авто), простые люди–элита/политики (элиты не заинтересованы в том, чтобы люди развивались).*

Противопоставляются также жители одних регионов России и жители других (*если русские дерутся, то все заканчивается синяками и ссадинами, а эти... сразу за ножи хватаются*), приезжие (в том числе мигранты) и коренные жители (*наши русские причем местные строители приходили, им отказали, потому что работают узбеки там же и живут*), Россия и остальной мир (*весь мир сплачивается в борьбе с терроризмом, но только Россия предпочла остаться наедине с этой угрозой*), мусульмане и мировое сообщество. Через весь материал проступает выраженная в стертой форме метафора войны, и совсем не встречаются метафоры строительства или пути. Особенностью отношения к власти выступает выражение критических интенций в саркастической форме: *Власть едристов напустила нам саранчу аульную; Кривосудие наше, также поражено взяточничеством, нечестностью; Оказывается, менты у нас продажные!!! Срочно на первую полосу!*

Отдельно следует сказать о негативных диалогических интенциях. Интенция возразить ориентирована на собеседника и/или источник информации: *у вас смещены акценты; да ладно очковтирательством заниматься; сидят какие – то абсолютно далекие от народа журналисты и рассуждают*. Негативный модус в зоне межличностных отношений собеседников определяется интенциями обидеть, выразить сарказм, оскорбить собеседника (*Мущина, вам надо быть в тонусе. Не пропускать ни одного сообщения из Вашингтона; Вы, видимо, начинающий спортсмен и очень неумный человек*).

Несмотря на резкую отрицательную оценочность постсобытийного дискурса, комментаторы тем не менее реализуют стремление к объективности, хоть и в 4 раза реже, чем негативное отношение (рисунок 2). Даются оценки, исправляются ошибки других, приводятся факты: *максимализм – это плохо, мир не двухцветный; чеченцы бывают разные; только не русский, а ваххабитский, есть разница*. Проявляется стремление выяснить точку зрения другого (*каково, по-вашему, реальное соотношение? вы действительно считаете, что [это] нормальный, адекватный путь развития?*), использовать ссылки на официальные источники информации и личный опыт. Следует отметить, что интенциональные пространства двух обсуждаемых видов дискурса перекрываются именно в области, связанной с анализом и информированием. Здесь больше всего общих для двух дискурсов категорий интенций (6 интенций). При этом «нейтральные» интенции имеют наибольшую представленность в исходном новостном дискурсе (21 реализации интенции), тогда как пространство постсобытийное, как отмечалось ра-

нее, заполняют в основном интенции негативной направленности (см. рисунок 2).

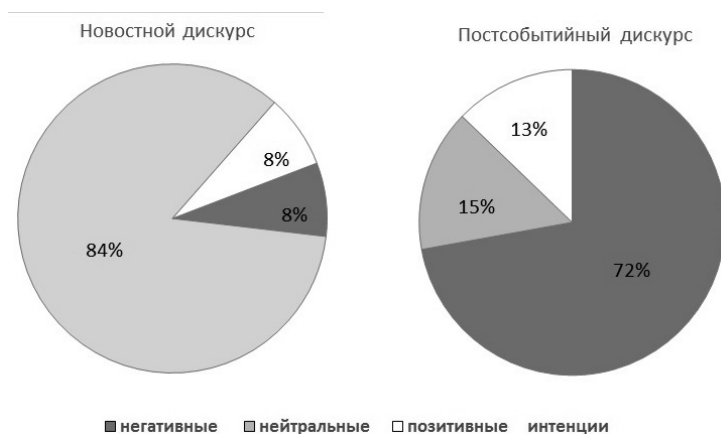


Рис. 2. Выраженность относительных частот разных групп интенций в новостном и постсобытийном дискурсе

Позитивные оценки, проявляющиеся так же редко, как и нейтральная позиция, в постсобытийном дискурсе представлены интенциями консолидации и принятия: выразить сочувствие (*У нас живет масса беженцев. Бесприютных, в нечеловеческих условиях*), подчеркнуть позитивные качества (*киргизы очень работающие... они не пьют в отличие от русских работников*), призвать к совместным конструктивным действиям (*если мы договоримся все вместе с завтрашнего дня не давать взятки... то это постепенно отучит их брать взятки*). Тем не менее позитивное отношение к референциальному объекту с учетом общего негативного модуса высказывания может реализоваться в своеобразной форме за счет противопоставлений и принижения другого объекта (*Кроме Казахстана, там одна дичь*), а интенция консолидации, направленная на поддержку собеседника, может быть выражена в поддержку его интенции оправдания насилия (*Давно пора всю шваль... гнать! – Правильно*). Здесь отметим общую трудность оценки речевого материала (Алмаев, 2012): то, что на одном, диалогическом, уровне оценивается как консолидация, на другом – отражает агрессию.

На рисунке 3 представлено распределение абсолютных частот интенций негативного, нейтрального и позитивного характера от-

носителю референциальных объектов постсобытийного дискурса. Общий вес негативных интенций выражен больше всего: их значимо больше, чем нейтральных и позитивных (как по отдельности, так и суммарно). Между выраженностью позитивных и негативных интенций в ПС-дискурсе значимых различий нет ($p=0,38$, $p<0,05$; значимость различий здесь и далее фиксировалась с помощью критерия углового преобразования Фишера).

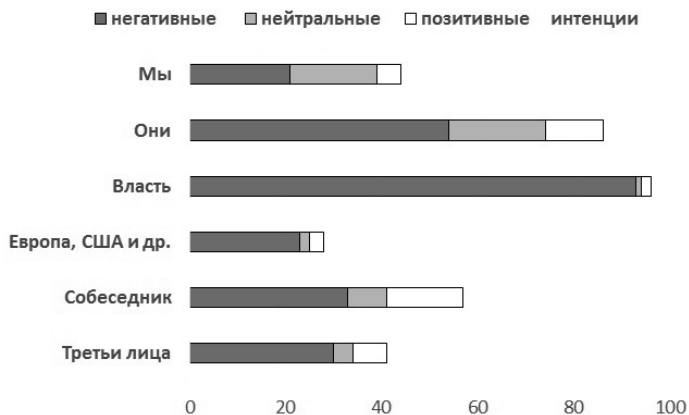


Рис. 3. Абсолютные частоты встречаемости интенций в соотношении с референциальными объектами постсобытийного дискурса

Негативные интенции распределены между референциальными объектами неравномерно: на «власть» их направлено значимо больше, чем на объекты «мы», «они» и прочие по отдельности. Тем не менее суммарно на все остальные референциальные объекты негативных интенций приходится в 2 раза больше, чем на объект «власть». В этой связи отметим показательные случаи самоотчуждения и самокритики: в отношении «мы» негативных интенций столько же, сколько позитивных и нейтральных вместе (статистически значимых различий нет).

Больше всего нейтральных интенций направлено на объекты «мы» и «они» (33% и 35% из 352 реализаций интенций, нет различий в частоте выраженности), оставшаяся доля нейтрально-аналитических интенций равномерно распределена между другими объектами. Максимум проявленных позитивных интенций приходится на объект «собеседник», что может быть связано с выраженностью диалогического компонента дискурса, когда собеседники поддерживают точку зрения друг друга.

Наиболее уравновешенный интенциональный профиль имеет объект «мы»: количество относящихся к нему негативных интенций сбалансировано суммарным весом нейтральных и позитивных интенций. Однако данный объект не является самым значимым по общему количеству реализованных интенций (12%). Наибольший отклик в постсобытийном интернет-дискурсе вызывают объекты «власть» и «они», которые находятся на первом и втором местах с большим отрывом от объекта «собеседник», занимающего третье место по количеству относящихся к нему интенций (соответственно 27, 24 и 16% из 352 реализаций интенций всех направленностей). В целом наблюдается выраженная асимметрия постсобытийного интернет-дискурса в сторону дистанцирования и дискредитации относительно всех выделенных референциальных объектов. Подобную картину нельзя напрямую связать с подачей информации в исходном дискурсе, поскольку основное его содержание составляют информирующие интенции и оценки нейтрального характера.

Отметим, что при рассмотрении интенций интернет-дискурса не указывалась «глобальная» интенция оказания воздействия, хотя, конечно, большинство интенций приведенного списка так или иначе подчинены ей. Об этом свидетельствует, в частности то, что собеседники используют широкий спектр приемов *речевого воздействия*, при этом направленность на оказание воздействия может и не рефлексироваться (Журавлев, Павлова, 2007; и др.).

Заключение

Исследование было нацелено на то, чтобы описать референциальные объекты и интенциональное пространство постсобытийного дискурса, сопоставив его с пространством исходного новостного дискурса, намеренно выбранного нейтральным, имеющим преобладающие информационные интенции. Было выделено 6 референциальных объектов таких дискурсов: «мы» (россияне и/или читатели новостного ресурса), «они» (представители других этносов, от которых говорящий дистанцируется), «власть» (России), «другие страны» (Европа, США и иные государства), «собеседник» (участник обсуждения, оставивший комментарий), «третьи лица» (любые персоны, названные лично).

По результатам интен-анализа выделены также 10 категорий интенций для новостного дискурса и 39 категорий интенций для постсобытийного. Основную долю интенций ПСД составляют интенции негативного характера – дискредитации и дистанциро-

вания. Эмоционально-оценочный и негативно заряженный вектор постсобытийных комментариев формируют интенции выразить недовольство, возмущение, злорадство, сарказм, обесценить действия и т. п. Область критики и противопоставления, также с выраженным эмоциональным компонентом воздействия, образуют интенции обвинить, обличить, осудить, выразить обеспокоенность/напугать и др. Диалогичность, связанная с дистанцированием от собеседника, выражается в интенциях возразить, выразить сарказм, унижить. В целом подтвердилось предположение о смещении оценочности постсобытийного дискурса в сторону негативного полюса. Если рассматривать каждый выделенный референциальный объект по отдельности, то наиболее выраженный негативный вектор интенций направлен в сторону «власти». Тем не менее суммарно все остальные объекты обгоняют его.

Интенции нейтрального характера, выступающие по результатам интент-анализа в форме информирования и анализа, воспроизводятся в постсобытийном дискурсе в незначительной степени (выразить позицию, объяснить, предположить, информировать и др.), как и позитивные интенции принятия и консолидации (защитить, подчеркнуть позитивные качества, оправдать и др.). Наибольший суммарный вес неотрицательных интенций приходится на объект «они», что характеризует взвешенную оценку представителей другого этноса. Пик позитивных интенций формируется вокруг объекта «собеседник», что связано, вероятней всего, с выраженностью диалогической интенции согласия. Данные результаты требуют дополнительной апробации на увеличенной эмпирической базе, так как группа позитивных и нейтральных интенций составляет менее трети всех интенций, что в численном эквиваленте равно 98 реализациям.

Неожиданный результат связан с искажением позитивного автостереотипа, что может объясняться меньшей значимостью самого объекта «мы» в постсобытийном дискурсе (на 4-м месте по количеству направленных интенций после объектов «власть», «они» и «собеседник»), а также спецификой интернет-ресурсов и аудиторией, которую они привлекают. В целом отмечается трансформация постсобытийного дискурса от нейтрально-информационных и аналитических интенций в сторону интенций негативной оценки и дискредитации.

В дальнейшем планируется обращение к анализу средств воздействия данного вида дискурса и сопоставление его видов, формирующихся на различных информационных площадках.

Литература

- Актуальные проблемы современной медиалингвистики и медиа-критики в России и за рубежом. Белгород: НИУ «БелГУ», 2014.
- Алмаев Н. А. Применение контент-анализа в исследованиях личности. М.: Изд-во «Институт Психологии РАН», 2012.
- Афиногенова В. А., Павлова Н. Д. Интенциональные паттерны в репликах собеседников // Экспериментальная психология. 2015. Т. 8. № 2. С. 36–44.
- Василенко И. В. Культурный дискурс в региональном медиаполе: лингвистические параметры: Дис. ... канд. филол. наук. Великий Новгород: Новгородский гос.ун-т им. Ярослава Мудрого, 2015
- Гребенщикова Т. А., Зачесова И. А. Психология повседневного дискурса: Интенциональный аспект. М.: Изд-во «Институт Психологии РАН», 2014.
- Дискурс в современном мире. Психологические исследования / Под ред. Н. Д. Павловой, И. А. Зачесовой. М.: Изд-во «Институт Психологии РАН», 2011.
- Журавлев А. Л., Павлова Н. Д. К междисциплинарной проблематике дискурса // Ситуационная и личностная детерминация дискурса. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. С. 6–11.
- Засурский Я. Н. Все начинается с контента // Человек как субъект и объект медиапсихологии. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2011. С. 76–86.
- Какорина Е. В. Портрет «простого» пользователя Сети: речевое поведение, коммуникативные установки, стилистические ресурсы языка, характер используемых текстов, типы образных номинаций (на материале жанра комментария) // Проблемы речевого общения. Тезисы докладов международной конференции. Десятые Шмелевские чтения. М.: Институт русского языка им. В. В. Виноградова, 2012. С. 67–70.
- Кириллина А. В. Лингвистическая диагностика межнациональной напряженности в интернет-общении // Межкультурное общение: контакты и конфликты. Материалы конференции / Отв. ред. Н. В. Уфимцева. М.: Изд-во «Канцлер», 2015. С. 63–65.
- Кубрак Т. А. Интенция самопрезентации субъекта в вербальной коммуникации: Автореф. дис. ... канд. психол. наук. М.: Ин-т Психологии РАН, 2009.
- Лебедева Н. М. Введение в этническую и кросскультурную психологию. М.: Ключ-С, 1999.
- Мартьянов Д. С., Мартьянова Н. А. Сетевая и этническая идентичности: дискурсивные аспекты // Межэтнические столкновения в поликультурной студенческой среде и пути их разреше-

- ния: сборник материалов научно-практической конференции. 27 сентября 2012 года / Под науч. ред. С. Б. Быстрянцева, А. Л. Тарасевича. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2012. С. 212–215.
- Мацумото Д. Психология и культура. СПб.: Прайм-Еврознак, 2002.
- Морозов В. П. Невербальная коммуникация. Экспериментально-психологические исследования. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2011.
- Павлова Н. Д. Интерактивный аспект дискурса: подходы к исследованию // Психологический журнал. 2005. Т. 26. № 4. С. 66–76.
- Слово в действии. Интент-анализ политического дискурса / Под ред. Т. Н. Ушаковой, Н. Д. Павловой. СПб.: Алетей, 2000.
- Соснин В. А. Культура и межгрупповые процессы: этноцентризм, конфликты и тенденции национальной идентификации // Психологический журнал. 1997. Т. 18. № 1. С. 50–60.
- Соснин В. А., Журавлев А. Л., Красников М. А. Социальная психология: Учебное пособие для студентов вузов. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Форум–Инфра-М, 2011.
- Стадников М. Г. Феномен этноцентризма в формировании межэтнических отношений: Дис.... канд. психол. наук. СПб.: Санкт-Петербургский гос.ун-т, 2005.
- Степанов В. Н. Пост как инструмент формирования социального капитала в социальной сети (на примере социальной сети фейсбук) Вестник ТвГУ. Серия «Филология». 2014. С. 183–191.
- Ушакова Т. Н., Латынов В. В., Павлова А. А., Павлова Н. Д. Ведение политических дискуссий. Психологический анализ конфликтных выступлений. М.: ИЦ «Академия», 1995.
- Человек как субъект и объект медиапсихологии. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2011.
- Чернявская В. Е. Лингвистика текста: Поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность. М.: КД «Либроком», 2009.
- Anderson A. A., Brossard D., Scheufele D. A., Xenos M. A., Ladwig P. The “nasty effect”. Online incivility and risk perceptions of emerging technologies // Journal of Computer-Mediated Communication. 2014. V. 19. № 3. P. 373–387.
- Cappella J. N., Price V., Nir L. Argument repertoire as a reliable and valid measure of opinion quality: Electronic dialogue during campaign 2000 // Political Communication. 2002. V. 19. № 1. P. 73–93.
- Cialdini R. B., Reno R. R., Kallgren C. A. A focus theory of normative conduct: Recycling the concept of norms to reduce littering in public places // Journal of Personality and Social Psychology. 1990. V. 58. № 6. P. 1015–1026.

- Fishkin J. S., Luskin R. C.* Experimenting with a democratic ideal: Deliberative polling and public opinion // *Acta Political*. 2005. V. 40. P. 284–298.
- Halpern D., Gibbs J.* Social media as a catalyst for online deliberation? Exploring the affordances of Facebook and YouTube for political expression // *Computers in Human Behavior*. 2013. V. 29 (3). P. 1159–1168.
- Heirman W., Angelopoulos S., Wegge D., Vandebosch H., Eggermont S., Walrave M.* Cyberbullying-Entrenched or Cyberbully-Free Classrooms? A Class Network and Class Composition Approach // *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2015. V. 20. May. Issue 3. P. 260–277.
- Heng M., Moor Aldo de.* From Habermas's Communicative Theory to Practice on the Internet // *Information Systems Journal*. 2003. № 13. P. 331–352.
- Hogg M. A., Reid S. A.* Social identity, self-categorization and the communication of group norms // *Communication Theory*. 2006. V. 16 (1). P. 7–30.
- Horowitz D. L.* *Ethnic Groups in Conflict*. Updated Edition With a New Preface. University of California Press, 1985.
- Levine A., Campbell D. T.* *Ethnocentrism: Theories of conflict, Ethic attitudes, and Group Behavior*. New York: Wiley and Sons, 1972.
- O'Sullivan P. B., Flanagan A. J.* Reconceptualizing 'flaming' and other problematic messages. *New Media & Society*. 2003. V. 5. № 1. P. 69–94.
- Postmes T., Spears R., Lea M.* Breaching or building social boundaries? SIDE-effects of computer-mediated communication // *Communication Research*. 1998. V. 25 (6). P. 689–715.
- Rier D.* Internet support groups as moral agents: the ethical dynamics of HIV+ status disclosure // *Sociology of Health and Illness*. 2007. V. 29 (7). P. 1043–1058.
- Ruiz C., Domingo D., Mico J. L., Diaz-Noci J., Koldo M., Masip P.* Public sphere 2.0. The democratic qualities of citizen debates in online newspapers // *The International Journal of Press/Politics*. 2011. V. 16. № 4. P. 463–487.
- Santana A. D.* Virtuous or vitriolic: The effect of anonymity on civility in online newspaper reader comment boards // *Journalism Practice*. 2014. V. 8 (1). P. 18–33.
- Soffer Oren.* The Internet and National Solidarity: A Theoretical Analysis // *Communication Theory*. 2013. V. 23. February. Issue 1. P. 48–66.
- Spears R., Lea M., Postmes T., Wolbert A.* A SIDE look at computer-mediated interaction: Power and the gender divide // *Z. Birchmeier*,

- B. Dietz-Uhler, G. Stasser (Eds). Strategic uses of social technology: An interactive perspective of social psychology. N. Y.: Cambridge University Press, 2011. P. 16–39.
- Stromer-Galley J.* Measuring deliberation's content: A coding scheme // *Journal of Public Deliberation*. 2007. V. 3 (1). Article 12.
- Stroud N. J., Scacco J. M., Muddyman A., Curry A. L.* Changing Deliberative Norms on News Organizations' Facebook Sites *Journal of Computer-Mediated Communication*. URL: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jcc4.2015.20.issue-2/issuetoc>. 2015. March. P. 188–203.
- Sukumaran A., Vezich S., McHugh M., Nass C.* Normative influences on thoughtful online participation // *Proceedings of the 2011 Annual Conference on Human Factors in Computing Systems*. CH'11. N. Y., USA: ACM Press, 2011. P. 3401–3410.
- Tajfel H.* Experiments in intergroup discrimination // *Scientific American*. 1970. V. 223. P. 96–102.
- Yun G. W., Park S.-Y., Holody K., Yoon K. S., Xie S.* Selective moderation, selective responding and balkanization of the blogosphere: A field experiment // *Media Psychology*. 2013. V. 16 (3). P. 295–317.

ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ В КИНОДИСКУРСЕ: СОСТОЯНИЕ ПРОБЛЕМЫ*

Т. А. Кубрак

В настоящее время в связи с глобализацией информационного пространства (Россия в глобализирующемся мире..., 2007; и др.) проблема информационной безопасности личности и общества становится все более актуальной. Расширение возможностей средств массовой коммуникации, возрастание роли информационных технологий в повышении эффективности воздействия на психику людей и общественное сознание стимулируют развитие такого междисциплинарного научного направления, как информационно-психологическая безопасность, обеспечение которой составляет одно из главных направлений защиты жизненно важных интересов личности, общества и государства (Проблемы информационно-психологической..., 1996; Проблемы психологической безопасности..., 2012; Грачев, 2000; и др.).

Психологические аспекты данной проблемы раскрываются через понятие «психологическая безопасность» (Тарабрина, Журавлев, 2012), которое предполагает такое состояние общественного сознания, при котором общество и личность воспринимают существующее качество жизни как адекватное и надежное, создающее реальные возможности для удовлетворения потребностей человека в настоящем и дающее основания для уверенности в будущем (Рошин, Соснин, 1995). Достижение такого состояния предусматривает создание необходимых условий для развития общества, гарантирование достойного уровня жизни и защищенности интересов его граждан, а также противодействие угрозам их безопасности; чувство защищенности от действия различного рода опасностей

* Работа выполнена в соответствии с Государственным заданием ФАНО РФ №0159-2016-0009.

некоторыми авторами отмечается как первоочередное в определении психологической безопасности (Грачев, 1998; 2000; Тарабрина, Журавлев, 2012).

Таким образом, обеспечение психологической безопасности личности и общества в условиях информационной глобализации, с одной стороны, ставит задачи противодействия угрозам – распространению идей, не соответствующих признаваемым в обществе культурным, духовным и нравственным ценностям, устанавливающим допустимые правила поведения и образ жизни или их минимизации (Емельянов и др., 1999), с другой стороны, поднимает вопросы формирования таких норм и представлений, которые способствовали бы прогрессивному развитию общества, улучшению жизни людей и поддержанию их психического и психологического здоровья (Журавлев, 2004; Психологическое здоровье..., 2014; и др.).

Решение этих задач напрямую связано с проблемой информационно- психологического воздействия массовой коммуникации, картина мира создаваемая которой все больше определяет видение людьми окружающей реальности, приобретает «значение второй реальности» (Психологическое воздействие..., 2012, 2014; Латынов, 2013; Грачев, Мельник, 2003). Это позволяет говорить «об очередном информационном буме и развитии информационного общества, а вместе с тем о деструктивных воздействиях, сознательном искажении информации и конструировании дискурсов как веянии времени» (Журавлев, Павлова, 2012, с. 6). Дискурс способен влиять на состояние общества и на те процессы, которые в нем происходят: «функционируя в определенном социальном пространстве, дискурс не только отражает происходящие в нем процессы, но и формирует социальную идентичность, мнения, представления, отношения, установки» (Дискурс в современном мире, 2011, с. 9). Изучение дискурса массовой коммуникации поднимает вопросы эффективности его воздействия на психику человека: в какой степени меняется картина мира и поведение человека под влиянием массмедиа, насколько человек активен в своей коммуникативной деятельности, каково влияние средств массовой коммуникации на его психологическое благополучие и др. (Латынов, 2013; Павлова, Журавлев, 2007; и др.).

Особую значимость такие вопросы приобретают при исследовании такого мощного средства массовой коммуникации, как кино. По степени влияния кино становится в один ряд с другими средствами массовой информации, в связи с чем большое число работ посвящается изучению последствий его воздействия (Брайант, Томпсон, 2004; Харрис, 2002; Кубрак, 2012; и др.). Как и любой другой

дискурс, кинодискурс отражает существующие ценности, представления, оценки, и в то же время он их формирует, влияя на социальные процессы, происходящие в обществе.

Сегодня фильмы создают представления о реальности, транслируют образы, меняют установки и стереотипы. Это могут быть представления о справедливости мира, образы этнических групп, гендерные стереотипы, образы профессий, представления о моделях семьи и семейных отношениях и др. (Mirrlees, 2013; Appel, 2008; Mastro, Behm-Morawitz et al., 2008; Montgomery, 1995; Behm-Morawitz, Mastro, 2008; The handbook of language..., 2003; Kilbourne, 1995; и др.). В то же время конструируемая картина мира может не всегда соответствовать объективной реальности (Gerbner, 1956; Mirrlees, 2013). Например, есть данные, что представленные в фильмах образы малознакомых социальных групп могут формировать искаженное мнение о них (Харрис, 2002). К результатам воздействия кино относят усвоение сценариев (script) (Janis, 1980; Luke, 1987), которые включают как схемы поведения, связанные с определенным видом деятельности, так и абстрактные сценарии; фильмы могут демонстрировать зрителям определенные способы мышления.

Кроме того, на основании вышедших фильмов можно говорить о том, что беспокоит общество в то или иное время, каковы пути решения проблем. Например, в США в 2012 г. вышло много фильмов, в той или иной степени затрагивающих работу ЦРУ («Эволюция Борна», «Экспат», «Операция «Арго» и др.): «несмотря на то что во всех фильмах некоторые американцы и государственные структуры США показаны в довольно неприглядном свете, в целом все эти фильмы дают синергичный эффект и продвигают добродетели патриотизма» (Павлов, 2014). Современный кинодискурс, учитывая очень высокую скорость производства кино, может рассматриваться «как актуальный ... срез восприятия реальности, длящийся социальный диалог, в котором интерпретируются и переинтерпретируются такие категории восприятия, как время, пространство, прошлое, будущее, свобода, право, допустимое, поощряемое, мужское, женское, власть, любовь, долг, благодарность и т. д.» (Сорока, 2002, с. 48). В особенности это касается современных сериалов, которые точно отражают и быстро реагируют на значимые события в обществе, могут исследовать сложные проблемные ситуации, имея больше возможностей для развития сюжетных линий и проработки различных точек зрения (Anderson, 2008; Creeber, 2004). Так, в США после трагедии 11 сентября 2001 г. некоторые сериалы («24» и «Homeland») способствовали осознанию произошедшей трагедии, формированию мне-

ний в отношении террористических угроз, а также представлений о роли Америки в мировой политике (Hinkin, 2013). Фильмы позволяют лучше понять доминирующие в обществе в настоящий момент установки и убеждения, кроме того, осознать свою национальную идентичность и отношения с «другими» (Dodds, 2008). В то же время кино может способствовать смещению моральных норм в условиях нестабильности, как это наблюдалось в «пореформенной» России, когда большое количество фильмов про «хороших бандитов», а не, наоборот, борцов с криминалом, вносило свой вклад в криминализацию общества (Юревич, Журавлев, 2012; Юревич, Ушаков, 2009, электронный ресурс).

По мнению известного философа С. Жижека, кино является как инструментом для исследования внедряемой государством идеологии, так и средством транслирования этой идеологии массам (Жижек, 2014).

Важность той роли, которую играет кино в современном российском обществе, подтверждается пристальным вниманием, которое в настоящее время уделяется проблемам развития кино от кинематографистов до чиновников самого высокого ранга. Министерством культуры для кинопроизводства определяются отвечающие национальным интересам приоритетные темы госфинансирования (например, в 2015 г. «Современные герои в борьбе с преступностью и коррупцией», «Общество без границ: самореализация людей с ограниченными возможностями», «Семейные ценности как основа общества», «Россия – многонациональная страна» и др.), разрабатываются проекты постановлений, регламентирующие кинопрокат и отказывающие в предоставлении прокатного удостоверения фильмам, порочащим национальную культуру, создающим угрозу национальному единству и национальной безопасности, подрывающим основы конституционного строя. Кроме того, растет посещаемость кинотеатров, увеличивается представленность сериалов в сетке вещания ТВ. В то же время общая глобализация культуры (Россия в глобализирующемся мире..., 2007; и др.) и, как следствие, значительная доля иностранного кино в российском прокате (например, посещаемость кинотеатров и сборы зарубежных картин на момент написания статьи, в октябре 2015 г., стали рекордными по сравнению с другими периодами за последние пять лет при том, что на российское кино шел лишь каждый десятый зритель), ставит вопросы эффектов его воздействия. Поднимается проблема «культурно-идеологической экспансии», заполнения чуждыми идеями образовавшегося в связи с потерей в последние десятилетия при-

вычных ценностных ориентаций вакуума, что порождает дискуссии о культурной независимости и необходимости трансляции «собственной ценностно-нормативной системы» (Волочаева, 2015); ставятся вопросы так называемого «гуманитарного суверенитета», потеря которого представляется угрозой для национальной безопасности. Ряд отечественных авторов даже рассматривают кино как информационно-культурную составляющую системы невоенных факторов национальной безопасности и говорят о необходимости стратегии обеспечения духовно-культурной безопасности государства, защиты от негативного информационного и культурного проникновения (Волочаева, 2013).

Однако проблема сохранения национальной культурной идентичности активно обсуждается в настоящее время не только в России, она не теряет своей актуальности во всем мире. В Индии при создании национального кино вынуждены ориентироваться как на национальные, так и «транснациональные» ценности в связи с тем, что значительную часть его потребителей составляют молодые зрители с высоким уровнем дохода, испытывающие сильное влияние западной культуры на свою идентичность (Ray, 2014). В европейских исследованиях регулярно поднимаются вопросы связанные, с одной стороны, с американской информационной экспансией и ее последствиями, с другой стороны, с процессами, происходящими внутри самой Европы – движениями от национальных ценностей к общеевропейским, и наоборот; выражается озабоченность, что зачастую европейцы намного больше берут из американских фильмов, чем из медиапродукции своих ближайших соседей. Так, И. Бондбьерг, Е. Редвэлл и А. Хигсон, исследуя роль кино и телевидения в повседневной жизни европейцев, видят противодействие долговременному присутствию американских фильмов в Европе в развитии такого европейского кинематографа, который бы способствовал как формированию общеевропейской культурной идентичности, так и сохранению национальных различий внутри Европы (European Cinema..., 2015). В современном Китае регулярно звучат призывы бойкотировать американские фильмы (например, «Кунг-фу Панда 2»), называя их «культурным вторжением». Для противодействия западному влиянию при поддержке государства создаются пропагандистские художественные фильмы. «Так, к юбилею создания Коммунистической партии Китая был выпущен на экраны художественный фильм „Основание партии“» (2011). В фильме снялось более 150 ведущих актеров страны. Правительством было принято решение снять из проката всех кинотеатров страны все кинофиль-

мы, оставив только «Основание партии». Была исключена возможность оставлять отзывы об этом фильме в сети Интернет и устанавливать его рейтинг на сайтах» (Волочаева, 2013, с. 52). В откликах, которые все-таки удалось получить, говорилось о «попытке промыть мозги общественности и создать более широкую поддержку китайскому правительству» (там же).

Такая стратегия была известна: утвердившийся в Советском Союзе в 1930-е годы метод социалистического реализма, определивший идеологическую направленность советского кинематографа, был также мощным орудием пропаганды. Возможности психологического воздействия кинематографа хорошо иллюстрируют успехи советского кино в осуществлении нравственно-воспитательной функции: так, к моменту начала войны кино внесло значительный вклад в воспитание патриотических чувств советского народа, психологической готовности противостоять врагу.

Тем не менее очевидно, что остановить процессы глобализации информационного пространства невозможно, и жесткие меры, связанные, например, с прямыми запретами на показ определенной кинопродукции не являются эффективными по разным причинам. Даже в Китае упомянутый выше фильм «Кунг-фу Панда 2», заработавший в китайском прокате рекордное количество денег и завоевавший любовь зрителей, стал рассматриваться в качестве примера для изучения успешности кинопродукции и образца для выработки контрмер в противодействии влиянию западного кинематографа (Волочаева, 2013). В разных странах по-разному реализуется идея защиты национального кино: строгое регламентирование количества копий иностранного фильма (не более 18), например в Южной Корее, или определение минимальных дней проката локальной кинопродукции, например в Бразилии (370 дней для пятисезонного кинотеатра). При этом куда более успешной считается сложившаяся во Франции система: часть прибыли от проката коммерческого зарубежного кино перечисляется в национальный фонд кинематографии, из которого полученные средства идут на поддержку национального кино, а кинотеатры, показывающие авторские и арт-хаусные фильмы, получают финансовые дотации.

В настоящее время в связи с таким транснациональным движением медиа (кино и ТВ-шоу) выделяются две наиболее влиятельные парадигмы: культурный империализм и культурная глобализация. Представляется, что если не рассматривать глобализацию исключительно как вопрос доминантности, то открываются некоторые позитивные стороны этого процесса, который позволяет устанав-

ливать связи между разными культурами, способствует их взаимному обогащению и включению «других» в собственную картину мира (Appadurai, 1996). Так, например, М. Мейен были получены данные о том, что европейские фильмы действительно формируют представления зрителей о других европейских странах; такие выводы были сделаны при исследовании роли фильмов и сериалов в повседневной жизни молодых немцев путем проведения с ними интервью и фокус-групп (European Cinema..., 2015).

Следуя такой парадигме, противоборство в мировом информационном пространстве может постепенно смениться сотрудничеством: на смену навязыванию определенного образа жизни может прийти культурный обмен и взаимное обогащение культур, что может получить достойное развитие и стать системой новых отношений в информационном и культурном мировом пространстве (Арменский и др., 2003). Такое сотрудничество, например, предполагает продвижение российской кинопродукции в информационное пространство других стран: проведение кинофестивалей российских фильмов, выход российских фильмов в иностранный прокат и т. д. «Необходимо использовать все возможности, включая возможности киноискусства, для продвижения реального образа России в сознание населения других стран» (Арменский и др., 2003, с. 88). Международный авторитет, положение государства в мировом сообществе, его духовно-нравственный облик являются важными факторами обеспечения национальной безопасности (Серебрянников, электронный ресурс).

Тем не менее, принимая во внимание все опасения, связанные с культурной интервенцией и навязыванием «иных» взглядов, необходимо понимать, что человек не является пассивным объектом влияния массмедиа. Можно с уверенностью говорить о важной роли его активности – такие представления основаны на субъектном подходе к изучению психологии современного человека и социальных групп (Личность и бытие..., 2008; Субъектный подход..., 2009; и др.). Активность проявляется, прежде всего, в процессе осмысления фильмов, в приписывании и извлечении из кинотекста определенных значений. Показателен в этом отношении анализ восприятия и последствий воздействия фильма «Аватар», представляющего, на первый взгляд, американскую кинопродукцию. Оказалось, что «Аватар» избежал узконационального понимания и стал транснациональным полисемантическим «текстом», открытым и допускающим разнообразие интерпретаций в зависимости от национальных историй, политических обстоятельств и культурной идентичности зрителей. Так,

например, в США зрители видели в нем аллгорию американского империализма и милитаризма и связывали с проблемами вторжения в Ирак, в Китае проводили параллели с судьбой китайского крестьянского населения, насильственно выселяемого с земель, а в Боливии, Канаде, Малайзии утверждали, что фильм отражает их собственную борьбу за сохранение природных ресурсов (Mirrlees, 2013). Современные транснациональные фильмы становятся «текстами» глобального характера: содержат сюжеты, понятные и открытые для интерпретаций во всем мире, отражают и транслируют общепризнанные нормы и ценности, а также помогают привлечь внимание потребителей массмедиа к актуальным проблемам общества.

Потенциал кино в отношении позитивного влияния используется недостаточно. Как уже отмечалось, одной из задач обеспечения национальной безопасности является поддержание достойного уровня жизни людей, их уверенности в завтрашнем дне. К сожалению, на сегодняшний день такие негативные явления в нашем обществе, как социальная апатия, правовой нигилизм, широко распространившаяся коррупция, цинизм и безнравственность, представляют угрозу национальной безопасности страны (Волочаева, 2012; Юревич, Журавлев, Юревич, 2013; и др.). Кино может внести значительный вклад в решение этих вопросов, задавая новые модели поведения, меняя установки, ценности, правовые, моральные, этические нормы.

В ситуации изменений и неопределенности кино наряду с другими видами художественного творчества может способствовать формированию новых эталонов. Например, в настоящее время наблюдается всплеск интереса к истории, который отражается «в большом количестве выпускаемых исторических хроник, мемуаров, беллетристических произведений, кино- и телефильмов, созданных на основе исторических фактов. Так люди пытаются «восстановить связь времен», воссоздав как индивидуальную, так и социальную идентичность, утерянную в последние годы» (Марцинковская, 2014, электронный ресурс).

Д. Дондурей, говоря о зависимости национальной безопасности от культуры, рассуждает так: «Вот, скажем, из смыслового обихода исчезло понятие «труд». После семидесятилетнего существования идеологии «пролетариата», «трудящихся», после эпохи «производственных» фильмов и пьес вы сегодня нигде не услышите о том, что деньги зарабатывают трудом. Что это ценность, а все не подарок государства или ваша изворотливость. Идеи труда – нет. Вообще. Любого. Мне кажется, это тоже одно из важнейших

следствий произошедшей перезагрузки приоритетов. Деньги – есть, а труда – нет». И еще: «Не стоит думать, что есть культура «высокая» и «низкая», «хорошая» и «плохая», «столичная» и «захолустная». Любые модели, цели, образцы поведения, ценностные системы, разрешения и запреты, которые определяют индивидуальное, групповое, общественное, национальное поведение, – это все культура. К примеру, телевидение только в своих сериалах производит более пятисот сюжетов в год – 4 тысячи часов. Кто герои этих историй? О чем они думают, куда стремятся? Кто-нибудь это изучал?» (Дондурей, электронный ресурс).

Фильмы влияют на идеи и мнения, затрагивающие актуальные проблемы общества: от доминирующих ценностей до вопросов борьбы с коррупцией, ксенофобии или охраны окружающей среды. Так, возникает даже новый жанр в кино – климатическая фантастика (Cli-fi), которая наглядно показывает и объясняет, что нас ждет в ближайшем будущем, и предлагает задуматься, что мы можем сделать для предотвращения глобальных катастроф, самых мрачных прогнозов. «Такие фильмы, как голливудский „Послезавтра“ (The Day After Tomorrow, 2004) или документальный „Неудобная правда“ (An Inconvenient Truth, 2006), не просто рассказывают о проблеме и показывают, что будет, если ее не решить. Они пытаются вдохновлять на действие» (Лаукканен, электронный ресурс). Так, после фильма-катастрофы «Послезавтра» выяснилось, что в разных точках мира зрители, посмотревшие этот фильм, были не только более обеспокоены изменением климата, но и хотели действовать: купить более энергоэкономную машину, пожертвовать деньги экологическим компаниям, влиять в своей стране на политику по эковопросам. А опрос, проведенный через некоторое время после показа фильма «Век глупцов», показал, что 60% зрителей сделали хотя бы одно действие для уменьшения собственного углеродного следа (Лаукканен, электронный ресурс).

Фильмы могут менять ранее сформировавшиеся нормы и ценности, конструировать новые представления об окружающей реальности. Так, изучение телефильмов 1980–1990-х годов выявило наличие стереотипа в изображении пожилых людей (Harwood, Giles, 1992) и инвалидов как социальных аутсайдеров, однако адекватное отображение факторов предубеждений и физических барьеров вызвало рост интереса к проблемам пожилых и инвалидов, повышение толерантности к ним в обществе. Фильмы о СПИДе способствовали более внимательному и сострадательному отношению к ВИЧ-инфицированным, а просмотр сериалов с позитивной

подачей донорства помогал принимать решение о собственном донорстве (Харрис, 2002; Morgan, Movius et al., 2009). Гуманистически ориентированные фильмы улучшали у детей навыки общения со сверстниками, активизировали стремление помогать и понимать других и т. д. (Baran et al., 1979; Forge, Phemister, 1987). К сожалению, по мнению известного российского продюсера и кинорежиссера А. Роднянского, на сегодняшний день в России зрители серьезным фильмам о реальных проблемах предпочитают фэнтези, фантастику и анимацию: «Все, что можно хоть как-то соотнести с реальной жизнью страны и людей, наши люди, придя в кино-театр, полностью игнорируют. Все, что связано с социальностью, с реальными, а не мелодраматическими отношениями, если и доходит до экранов, проваливается с треском. Хотя кино, осмысливающее действительно происходящее и реагирующее на него, – неотъемлемая часть репертуара кинотеатров по всему миру. Драмы, человеческие истории, истории преодоления, истории, укрепляющие веру в жизнь, – их у нас мало, и по понятным причинам: даже и появившись, они чахнут без внимания. Трогательный, простой для восприятия, виртуозно сделанный фильм „Король говорит!“ собирает в соседней с нами Польше 6,1 млн дол. – больше, чем „Трансформеры 3“ (3,4 млн дол.). У нас же ситуация разительно обратная: „Король говорит!“ – 1,6 млн дол., а „Трансформеры“ – 45,5 млн дол.» (Роднянский, электронный ресурс).

Очевидно, что фильмы различных жанров оказывают разное влияние на зрителей. Тем не менее есть данные, что даже после просмотра развлекательного кино, целью которого является получение эмоциональной разрядки, зрители испытывают не только эмоциональные, но и когнитивные последствия. Вероятно, зрители могут получать одновременно оба типа эффектов: для тех, кто ориентирован в большей степени познавательно, зачастую фильмы являются средством получения эмоциональной разрядки и отдыха, а тех зрителей, кто относится к просмотру кино, прежде всего, как к способу проведения досуга и источнику развлечения, фильмы в результате могут заставить задуматься и даже изменить взгляды и установки. Интересно, что у школьников основу выбора фильмов составляет ярко выраженный интерес ко всему тому, что является популярным, модным, престижным в определенных значимых кругах. В исследовании Е. П. Крупника школьники демонстрировали достаточную осведомленность относительно кинопродукции и эмоциональную вовлеченность, но при этом низкий уровень кинокультуры. Полученные результаты привели к выводу о поверхностном и потреби-

тельском отношении школьников к кинематографу как средству удовлетворения потребностей в развлечении и отдыхе и способу заполнения свободного времени (Крупник, 1999). Однако представление о разнонаправленных эффектах воздействия кино расширяет понимание его роли и функций: развлекательное кино не ограничивается реализацией только рекреационных устремлений; одновременно может осуществляться влияние и на когнитивную сферу зрителя (Кубрак, 2014). Итак, формирование новых ценностей, изменение уже сложившихся стереотипов – это задачи, решению которых во многом способствуют кино и сериалы.

В целом эффекты воздействия кино и его результаты определяются многими факторами. Когда мы говорим о воздействии кино, то, как минимум, должны иметь в виду, что этот процесс происходит в два этапа, на двух уровнях (Кубрак, 2014). Воздействие на зрителя в процессе просмотра фильма реализуется с учетом законов и особенностей киновосприятия при использовании различных элементов киноязыка (Леонтьев, 2008; Ждан, 1987; Жинкин, 1971; Познин, 2009; Сорока, 2002; Meurovitz, 1998; и др.); важными для осуществления воздействия являются установки и ожидания зрителей, актуальность тематики фильма, популярность актеров, привлекательность предыдущих работ создателей фильма. Они способны влиять на восприятие и воздействие фильма даже до его непосредственного просмотра. Совокупность этих факторов определяет уровень интереса, внимания, «доверия» к фильму, степень эмоциональной вовлеченности в экранное действие, сопереживания и идентификации с героями. Они влияют на восприятие фильма, формирование оценки и отношения к нему, что, в свою очередь, способствует осуществлению воздействия фильма уже на другом уровне, предполагающем как возникновение у зрителей эмоциональных эффектов, так и в дальнейшем изменение их установок, норм, представлений и поведения.

Учитывая это, возможно противодействие негативному воздействию фильма или, наоборот, усиление его позитивного влияния за счет понижения или повышения уровня «доверия» к нему на разных этапах создания и продвижения. Так, например, развитие общей кинокультуры может снизить интерес к низкопробным фильмам и, соответственно, ослабить последствия их отрицательного воздействия. В то же время повышение качества отечественных фильмов, которые могут способствовать формированию определенных значимых для общества ценностей, безусловно, усилит их воздействие на зрителя, повлияет как на оценку кино и отноше-

ние к нему во время просмотра, так и на возникновение ожидаемых когнитивных эффектов в дальнейшем.

Кроме того, как уже отмечалось, человек не является пассивным объектом информационно-психологического воздействия. Выбор человека и последующие эффекты воздействия опосредствуются его психологическими характеристиками и личностными особенностями (Blumler, Katz, 1974; Brosius, Kepplinger, 1990; Cohen, 2008; Iyengar, Hahn, 2009; McGuire, 1974; Rubin, 1994; и др.). Представления об активности личности ставят вопросы сопротивления воздействию и возможностей психологической защиты личности в информационной среде (Грачев, 1998; Смолян и др., 1997).

Так, Г. В. Грачев, изучая вопросы информационно-психологической безопасности, уделяет особое внимание психологической защите человека от разнообразных способов и средств информационно-психологического воздействия (Грачев, 2000). Он выделяет три основных уровня организации психологической защиты: социальный (в масштабах общества в целом), социально-групповой (в рамках различных социальных групп и организаций) и индивидуально-личностный. На личностном уровне индивидуальная психологическая защита, или самозащита, включает такие компоненты, как общая установка, ориентировка в ситуации, определение потенциала влияния, выявление признаков угроз информационно-психологической безопасности личности, организация защитного поведения (Грачев, 1998, 2000). При том, что разные люди в различной степени обладают способностью распознавания и понимания способов и приемов скрытого психологического воздействия, проведенные Г. В. Грачевым исследования показывают возможность формирования базового уровня психологической защиты личности в достаточно короткие сроки. В результате учебно-тренинговых занятий сравнительно легко приобретается своеобразный «социально-психологический иммунитет» к манипулятивному воздействию: повышается самоконтроль собственных эмоциональных состояний, формируется установка на критический содержательный анализ поступающей информации (Грачев, 2000).

Умение давать объективную оценку воспринимаемой информации многими исследователями определяется как одно из важнейших возможностей противодействия влиянию массовой коммуникации. Такое умение связано с овладением критическим мышлением, подразумевающим способность в условиях информационного общества работать с информацией, анализировать ее и делать самостоятельные выводы. Критическое мышление становится одним

из самых эффективных способов защиты личности от информационно-психологических воздействий (Астахова, Харлампьева, 2009) и рассматривается как фактор информационной безопасности (Алексеева, электронный ресурс). Важную роль при этом приобретают личностные особенности человека, такие, например, как сопротивляемость манипуляциям, отсутствие склонности к подражательству и конформизму, осознанность собственных интересов (Алексеева, электронный ресурс).

Необходимость формирования и развития самостоятельного *критического мышления* подчеркивается во многих работах по информационно-психологической безопасности и становится важнейшей задачей образования – научить каждого ребенка уже в юном возрасте самостоятельно мыслить, опираясь на знание фактов, законов, сообразуясь с национальными и историческими традициями (Полат, электронный ресурс). «Анализировать сообщения, содержание СМИ – обязанность каждого критически мыслящего гражданина. Текстовое сообщение на мобильном телефоне, песня в стиле рок-музыки, художественный фильм или новость в вечерних новостях – все это СМИ, медиа. И если наши дети уже в школе научатся понимать, что им сообщают, они смогут думать и принимать творческие решения в будущем. Критический анализ СМИ – не профессия, а способ понять современную жизнь» (Вартанова, Засурский, 2002, с. 16). В связи с этим ставится вопрос о разработке специальных методик, программ, направленных на формирование критического мышления школьников и студентов. Особое внимание отводится и медиаобразованию – изучению специфического языка различных средств массовой информации: «Язык телевидения, язык кино, язык радио, язык Интернет – каждый имеет свою специфику в силу их специфических свойств и этот язык полезно знать, чтобы понимать, когда и зачем пытаются тобой манипулировать, когда и зачем тебе пытаются внушить ненужную тебе информацию» (Полат, электронный ресурс).

Основными источниками информационного воздействия у подростков по результатам диагностики их информационной среды, проведенной в исследованиях Д. С. Сеницына, помимо сверстников, являются Интернет и телевидение (Сеницын, 2005). Подавляющее большинство предпочитают программы развлекательного характера, в том числе фильмы и сериалы (по данным О. В. Гребенниковой и А. Н. Пархоменко, сайты для скачивания музыки и фильмов входят в число наиболее популярных ресурсов в сети Интернет у современной молодежи – Гребенникова, Пархоменко, 2013, электронный ре-

сурс), часть из которых транслируют негативные нормы, ценности и образцы поведения. При этом 95% подростков, как было выявлено с помощью письменных опросов и бесед, не знают об информационно-психологической безопасности, ее основных угрозах, а также способах защиты от манипулятивного информационного воздействия. Таким образом, отмечается противоречие между потребностью личности и общества в информационно-психологической безопасности и отсутствием информирования об этом школьников. В связи с этим предлагается введение специальной надпредметной программы «Информационно-психологическая безопасность», реализация которой предполагает решение таких задач, как развитие умения выявлять негативные информационные воздействия, «овладение основными способами работы с аудиовизуальной и текстовой информацией, развитие нравственного мышления, позволяющего противостоять информации, пропагандирующей негативные образцы поведения, нормы и ценности» (Синицын, 2005, с. 15).

Проблема формирования критического мышления касается не только школьников, но и студентов. Так, Л. В. Астахова и Т. В. Харлампьева показали его низкий уровень у большинства исследуемых молодых людей. В то же время в результате реализации исследователями комплекса педагогических условий «в образовательном процессе экспериментальных групп (соответствие функциональной структуры комплекса социально-гуманитарных дисциплин функциональной структуре критического мышления; сочетание индивидуального и коллективного характера процесса обучения; использование критически насыщенного и критически корректного учебного материала), произошли статистически значимые изменения в уровне сформированности у студентов критического мышления как средства их защиты от негативных информационных воздействий» (Астахова, Харлампьева, 2009, с. 138).

Таким образом, расширение возможностей психологической защиты на индивидуальном уровне повышает сопротивление личности деструктивному информационному воздействию, тем самым снижая угрозы ее безопасности.

Еще одной составляющей информационно-психологической безопасности выступает обеспечение психического здоровья человека, противодействие таким информационным воздействиям, которые вызывают психоэмоциональную и социально-психологическую напряженность (Журавлев, 2004; Проблемы информационно-психологической..., 1996; Проблемы психологической безопасности, 2012). В связи с этим отдельного внимания заслуживает проблема влия-

ния кино- и телефильмов на агрессивное поведение (Liebert, Baron, 1972; Milgram, Shortland, 1973; Parke et al., 1977; Mueller et al., 1983; Cheney, 1983; Linz et al., 1984; Bushman, Geen, 1990; Huesmann et al., 2003; Nikkelen et al., 2014; Латынов, 2013; Латынов, Латынова, 2002; и мн. др.). Отмечающийся рост агрессивности в обществе с вновь поднимает проблему воздействия сцен насилия на психику и поведение человека. Жестокое поведение людей после просмотра агрессивных фильмов связывается с рядом причин: от растормаживания склонности к деструктивному поведению до его моделирования. В последнем случае выделяются некоторые факторы, усиливающие или ослабляющие эффекты воздействия. Так, например, значимыми оказываются некоторые характеристики модели: на примере телегероя было показано, что люди склонны подражать поведению привлекательного персонажа, поведение которого оправдано логикой фильма, но малосимпатичного, не вызывающего сочувствия (Харрис, 2002). Воздействие, вызванное просмотрами фильмов, может сохраняться в течение длительного времени, более того, при определенном сочетании условий усиливаться (Брайант, Томпсон, 2004).

Проблема негативного воздействия фильмов агрессивного содержания приобретает особую значимость при обсуждении их влияния на детей и молодежную аудиторию, что делает актуальной задачу разработки соответствующих мер по снижению деструктивных воздействий кинопродукции и, как следствие, уменьшению угроз информационно-психологической безопасности.

Итак, медиатизация современного общества и глобализация его информационного пространства остро ставят проблему информационно-психологической безопасности, связанную напрямую с воздействием массовой коммуникации. Кино как одно из влиятельных средств массовой коммуникации, современный кинодискурс, может сыграть значительную роль в обеспечении психологической безопасности личности и общества и в противодействии негативному информационному воздействию.

Значимость кино состоит, прежде всего, в возможностях его позитивного воздействия: в формировании ценностей и представлений, изменении норм и установок в отношении актуальных проблем современного общества: от сохранения национальной культурной идентичности до решения вопросов защиты окружающей среды, борьбы с коррупцией и пр.

Процессы глобализации предлагается рассматривать не только как культурную экспансию, противодействие которой системой обширных запретов представляется неэффективным, но и как возмож-

ность взаимного обогащения разных культур, установления связей между ними. В повышении качества отечественной кинопродукции видится усиление ее позиции в борьбе с информационно-психологическим воздействием иностранного кино на отечественном информационном поле, а за рубежом – в улучшении престижа кинопродукции современной России.

Самостоятельное критическое мышление определяется как один из самых эффективных способов защиты личности от информационно-психологических воздействий и рассматривается как фактор информационной безопасности; его формирование и развитие представляется важнейшей задачей образования.

Несмотря на то, что в контексте общей информационной глобализации остро встают проблемы информационно-психологической безопасности и психологического воздействия массовой коммуникации, поднимаются вопросы культурной независимости и «гуманитарного суверенитета», кино остается не только мощным средством влияния на психику человека и его поведение, но и становится тем «общим языком», посредством которого люди могут общаться вне зависимости от географического положения, национальной и культурной принадлежности, и в этом видится его позитивная роль на данном этапе развития современного информационного общества.

Литература

- Алексеева И. Ю.* Критическое мышление как фактор информационной безопасности. URL: <http://www.isn.ru/index09.shtml> (дата обращения: 01.10.2015).
- Арменский А. Е., Гусев В. С., Петров А. Е.* Информационная и экономическая безопасность государства. Учебно-методическое пособие для государственных служащих. М., 2003.
- Астахова Л. В., Харлампьева Т. В.* Критическое мышление как средство обеспечения информационно-психологической безопасности личности: Монография / Науч. ред. Л. В. Астахова. М.: РАН, 2009.
- Брайант Дж., Томпсон С.* Основы воздействия СМИ. М.: Вильямс, 2004.
- Вартанова Е. Л., Засурский Я. Н.* Медиаобразование как средство формирования информационной безопасности молодежи // Информационная и психологическая безопасность в СМИ. Т. 1. М., 2002.
- Волочаева О. Ф.* Информационное обеспечение культурно-духовной составляющей национальной безопасности: опыт запад-

- ных и восточных политик // Вестник института стратегических исследований ПГЛУ. Выпуск III: Эверсионный вектор мировой политики: теория, стратегия, тактика. Ростов-на-Дону: Изд-во ИППК ЮФУ и ИПИ РАН, 2012. С. 36–40.
- Волочаева О. Ф. Информационно-культурная составляющая системы невоенных факторов национальной безопасности // Власть. 2013. № 2. С. 50–52.
- Волочаева О. Ф. Политические процессы в современном информационном обществе: новые акторы и векторы развития: Автореф. дис. ... докт. полит. наук. Пятигорск, 2015.
- Грачев Г. В. Информационно-психологическая безопасность личности: Теория и технология психологической защиты: Автореф. дис. ... докт. психол. наук. М., 2000.
- Грачев Г. В. Информационно-психологическая безопасность личности: состояние и возможности психологической защиты. М.: Изд-во РАГС, 1998.
- Грачев Г., Мельник И. Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия. М.: Эксмо, 2003.
- Гребенникова О. В., Пархоменко А. Н. Современная молодежь в информационном обществе: представления об информации и информационные предпочтения // Психологические исследования. 2013. Т. 6. № 30. С. 8. URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: 20.09.2015).
- Дискурс в современном мире. Психологические исследования. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2011.
- Дондурей Д. Национальная безопасность зависит и от культуры. URL: <http://www.rg.ru/2015/07/15/dondurey.html> (дата обращения: 10.08.2015).
- Емельянов Г. В., Лепский В. Е., Стрельцов А. А. Проблемы обеспечения информационно-психологической безопасности России // Информационное общество. 1999. № 3. С. 47–51.
- Ждан В. И. Эстетика экрана и взаимодействие искусств. М.: Искусство, 1987.
- Жижек С. Киногид извращенца. Кино. Философия. Идеология. Екатеринбург: Гонзо, 2014.
- Жинкин Н. И. Психология киновосприятия // Кинематограф сегодня. М.: Искусство, 1971. Вып. 2. С. 214–254.
- Журавлев А. Л. Психологические факторы физического и психического здоровья человека (по материалам исследований ИП РАН) // Психологический журнал. 2004. Т. 25. № 3. С. 107–117.

- Журавлев А. Л., Павлова Н. Д. Предисловие // Психологическое воздействие: механизмы, стратегии, возможности противодействия. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012. С. 5–8.
- Крупник Е. П. Психологическое воздействие искусства. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1999.
- Кубрак Т. А. Роль психологических характеристик восприятия кино в процессе его воздействия // Психологическое воздействие в межличностной и массовой коммуникации. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014. С. 94–111.
- Кубрак Т. А. Специфика психологического воздействия кинодискурса // Психологическое воздействие: механизмы, стратегии, возможности противодействия. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012. С. 202–222.
- Латынов В. В. Психология коммуникативного воздействия. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2013.
- Латынов В. В., Латынова Т. Ю. Показ насилия в средствах массовой информации и агрессивное поведение детей // Психологические исследования дискурса. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2002. С. 113–127.
- Лаукканен А. Как экологические фильмы могут помочь спасти мир? URL: <http://kinote.info/articles/13620-kak-ekologicheskie-filmy-mogut-pomoch-spasti-mir> (дата обращения: 10.11.2015).
- Леонтьев А. А. Прикладная психолингвистика речевого общения и массовой коммуникации. М.: Смысл, 2008.
- Личность и бытие: субъектный подход: Материалы научной конференции. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2008.
- Марцинковская Т. Д. Социальная и эстетическая парадигмы в методологии современной психологии // Психологические исследования. 2014. Т. 7. № 37. С. 12. URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: 20.11.2015).
- Павлов А. В. Постыдное удовольствие: философские и социально-политические интерпретации массового кинематографа. М.: ИД ВШЭ, 2014.
- Павлова Н. Д., Журавлев А. Л. К междисциплинарной проблематике дискурса // Ситуационная и личностная детерминация дискурса. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. С. 6–11.
- Познин В. Ф. Выразительные средства экранных искусств: эстетический и технологический аспекты: Автореф. дис. ... докт. искусствоведения. СПб., 2009.
- Полат Е. С. Проблема информационной безопасности в образовательных сетях Рунет. URL: <http://distant.ioso.ru/library/publication/infobez.htm> (дата обращения: 08.08.2015).

- Проблемы информационно-психологической безопасности / Под ред. А. В. Брушлинского и В. Е. Лепского. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1996.
- Проблемы психологической безопасности. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012.
- Психологическое воздействие: Механизмы, стратегии, возможности противодействия / Под ред. А. Л. Журавлева, Н. Д. Павловой. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012.
- Психологическое воздействие в межличностной и массовой коммуникации / Под ред. А. Л. Журавлева, Н. Д. Павловой. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014.
- Психологическое здоровье личности и духовно-нравственные проблемы современного российского общества. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014.
- Роднянский А.* Россияне не хотят видеть реальность на экране. URL: http://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2012/03/22/obschestvennuy_autizm#/ixzz1pq7xPHtR (дата обращения: 10.10.2015).
- Россия в глобализирующемся мире: мировоззренческие и социокультурные аспекты. М.: Наука, 2007.
- Рощин С. К., Соснин В. А.* Психологическая безопасность: новый подход к безопасности человека, общества и государства // Российский монитор. 1995. № 6.
- Серебрянников В.* Дипломатический, бескровный арсенал // Национальная безопасность. URL: http://www.psj.ru/saver_national/detail.php?ID=6959 (дата обращения: 10.10.2015).
- Синицын Д. С.* Психолого-педагогические условия обучения информационно-психологической безопасности подростков: Автореф. дис. ... канд. пед. наук. СПб., 2005.
- Смолян Л., Зараковский Г. М., Розин В. М., Войскунский А. Е.* Информационно-психологическая безопасность (определение и анализ предметной области). М.: Институт системного анализа РАН, 1997.
- Сорока Ю. Г.* Кинодискурс повседневности постмодерна // Постмодерн: новая магическая эпоха. Харьков, 2002. С. 47–49.
- Субъектный подход в психологии. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2009.
- Тарабрина Н. В., Журавлев А. Л.* Психологическая безопасность: на пути к комплексным, междисциплинарным исследованиям // Проблемы психологической безопасности. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012. С. 5–21.
- Харрис Р.* Психология массовых коммуникаций. СПб.: Прайм-Еврознак, 2002.

- Юревич А. В., Журавлев А. Л. Макропсихологическое состояние современного российского общества // Экономическая наука современной России. 2012. № 2. С. 137–140.
- Юревич А. В., Журавлев А. Л., Юревич М. А. Избыточное неравенство доходов как угроза национальной безопасности // NB: Национальная безопасность. 2013. № 2. С. 182–202.
- Юревич А. В., Ушаков Д. В. Нравственность в современной России // Психологические исследования: электрон. науч. журн. 2009. № 1 (3). URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: 15.10.2015).
- Anderson T. 24, Lost and Six Feet Under: Post-traumatic television in the post 9/11 era. MA Thesis, University of North Texas, 2008.
- Appadurai A. Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1996.
- Appel M. Fictional narratives cultivate just-world-beliefs // Journal of Communication. 2008. V. 58. P. 62–83.
- Baran S. B., Chase L., Courtright J. Television drama as a facilitator of prosocial behavior // Journal of Broadcasting. 1979. 23 (3). P. 277–284.
- Behm-Morawitz E., Mastro D. Mean girls? The influence of gender portrayals in teen movies on emerging adults' gender-based attitudes and beliefs. Journalism and Mass Communication Quarterly. 2008. V. 85. P. 131–146.
- Blumler J., Katz E. The Uses of Mass Communications. Beverly Hills, CA: Sage Publications, 1974.
- Brosius H. B., Kepplinger H. M. The agendasetting function of TV news // Communication Research. 1990. V. 17 (2). P. 183–211.
- Bushman B. J., Geen R. G. Role cognitive-emotional mediators and individual differences in the effects of media violence on aggression // Journal of Personality and Social Psychology. 1990. V. 40. P. 687–700.
- Cheney G. A. Television in America society. N. Y.: F. Watts, 1983.
- Cohen J. What I watch and who I am: National pride and the viewing of Local and Foreign Television in Israel // Journal of Communication. 2008. V. 58. P. 149–167.
- Forge K. L., Phemister S. The effect of prosocial cartoons on preschool children // Child Study Journal. 1987. V. 17 (2). 83–86.
- Dodds K. Hollywood and the Popular Geopolitics of the War on Terror // Third World Quarterly, 2008a. V. 29. № 8. 1621–1637.
- European Cinema and Television: Cultural Policy and Everyday Life / I. Bondebjerg, E. Redvall, A. Higson (Eds). Palgrave Macmillan, 2015.
- Gerbner G. Toward a General Model of Communication // Audio-Visual Communication Review. 1956. 14.

- Creeber G.* Serial Television: Big Drama on the Small Screen, London: BFI Publishing, 2004.
- Harwood J., Giles H.* 'Don't make me laugh': Age representations in a humorous context // *Discourse & Society*. 1992. 3. P. 403–436.
- Hinkin O.* The Changing Face of Terror Television: A Comparative Analysis of 24 and Homeland. BA Dissertation – 2013. Royal Holloway, University of London Department of Film and Television Studies. URL: https://www.academia.edu/17165586/the_changing_face_of_terror_television_a_comparative_analysis_of_24_and_homeland?auto=download&campaign=weekly_digest (дата обращения: 16.10.2015).
- Huesmann L. R., Moise-Titus J., Padolski C., Eron L.* Longitudinal relations between children's exposure to TV violence and violent behavior in young adulthood // *Developmental Psychology*. 2003. V. 39 (2). P. 201–222.
- Iyengar S., Hahn K. S.* Red media, Blue Media: Evidence of Ideological Selectivity in Media Use // *Journal of Communication*. 2009. V. 59. P. 19–39.
- Janis I. L.* The influence of television on personal decision making // S. B. Withey, R. P. Abeles (Eds). *Television and social behavior*. Hillsdale, N. J.: Lawrence Erlbaum Associates, 1980. P. 161–189.
- Kilbourne J.* Beauty and beast of advertising // G. Dines and J. M. Humez (Eds). *Gender, race and class in media. A text reader*, 1995. P. 121–125.
- Luke C.* Television discourse and schema theory: Toward a cognitive model of information processing // M. E. Manley-Casimir, C. Luke (Eds). *Children and television: A challenge for education*. N. Y.: Praeger, 1987. P. 76–107.
- Liebert R., Baron R.* Short-term effects of televised aggression on children's aggressive behavior // J. Murray, E. Rubinstein, G. Comstock (Eds). *Television and social behavior: V. II. Television and social learning*. Washington, DC: U. S. Government Printing Office, 1972.
- Linz D., Donnerstein D., Penrod S.* The effects of multiple exposure to film violence against women // *Journal of Communication*. 1984. V. 34 (3). P. 130–147.
- Mastro D., Behm-Morawitz E., Kopacz M.* Exposure to Television Portrayals of Latinos: The Implications of Aversive Racism and Social Identity Theory // *Human Communication Research*. 2008. 34. P. 1–27.
- McGuire W. J.* Psychological motives and communication gratification // J. G. Blumler, E. Katz (Eds). *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Beverly Hills, CA: Sage, 1974. P. 167–196.

- Meyrovitz J.* Multiple media literacies // *Journal of Communication*. 1998. V. 48 (1). P. 96–108.
- Milgram S., Shotland R. L.* Television and antisocial behavior. N.Y.: Academic Press, 1973.
- Mirrlees T.* Global entertainment media: between cultural imperialism and cultural globalization. N.Y.–London: Routledge, Taylor & Francis, 2013.
- Montgomery K.* Prosocial behavior in films. Unpublished master's thesis, University of Georgia, 1995.
- Morgan S. E., Movius L., Cody M. J.* The power of narratives: The effects of entertainment television organ donation storylines on the attitudes, knowledge, and behaviors of donors and nondonors // *Journal of Communication*. 2009. V. 59 (1). P. 135–151.
- Mueller C., Donnerstein E., Hallam J.* Violent films and prosocial behavior // *Personality and Social Psychology Bulletin*. 1983. V. 9. P. 183–189.
- Nikkelen S. Vossen H., Valkenburg P., Velders F., Windhorst D., Jaddoe V., Hofman A., Verhulst F., Tiemeier H.* Media Violence and Children's ADHD-Related Behaviors: A Genetic Susceptibility Perspective // *Journal of Communication*. 2014. V. 64 (1). P. 42–60.
- Parke R., Berkowitz L., Leyens J.* Some effects of violent and nonviolent movies on the behavior of juvenile delinquents // *Advances in Experimental Social Psychology*. 1977. V. 16. P. 135–172.
- Ray S.* Niche cinema: Negotiating cultural identities of the new Indian middle classes. *Studies in South Asian Film & Media*. V. 6. № 1. April 2014. P. 23–43.
- Rubin A. M.* Media uses and effects: A uses-and-gratifications perspective // J. Bryant, D. Zillmann (Eds). *Media effects: Advances in theory and research*. Hillsdale, N. J.: Lawrence Erlbaum Associates, 1994. P. 417–437.
- The handbook of language and gender / J. Holmes, M. Meyerhoff (Eds). Maiden, Oxford: Blackwell Publishing Ltd, 2003.

ВОЗДЕЙСТВИЕ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР НА ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ В АСПЕКТЕ ИНФОРМАЦИОННО- ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ*

*Л. В. Матвеева, А. Г. Макалатия, Т. Я. Анিকেева,
Ю. В. Мочалова, О. И. Маховская, Е. Е. Петракова*

Особенности взаимодействия субъектов массовой медийной коммуникации

Массовая опосредованная (компьютером, телевизором, радиоприемником) коммуникация вносит радикальные изменения в развитие ребенка. Личность ребенка формируется в непосредственном общении со взрослыми. Он не может самостоятельно адаптироваться к новым видам взаимодействия. С одной стороны, само средство вносит изменения в процесс общения, становится своего рода третьим собеседником наряду с коммуникатором и реципиентом. Не зря же в речи появляются выражения: «общаться с компьютером», «общаться с телевизором». С другой стороны – массовость делает общение социально направленным, требующим соблюдения определенных социальных норм взаимодействия и нивелирующим индивидуальность, непохожесть, отдельность. Важным моментом является то, что при всех вышеперечисленных особенностях опосредствованная массовая коммуникация обладает эффектом похожести на межличностную, непосредственную коммуникацию (см. также: Психологическое воздействие..., 2012, 2014; и др.). Другими словами, эффективность массовой коммуникации напрямую зависит от того, насколько получатель информации воспримет ее как адресованную лично ему. Эта иллюзия межличностного общения способна породить много проблем в жизни отдельного человека, и самая известная из них – медиазависимость, от которой, в первую очередь, страдают дети и подростки, поскольку у них только формируется способность критически воспринимать и оцени-

* Работа выполнена при поддержке грантов РГНФ № 15-06-10814, Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ, проект № 28-2015.

вать поступающую информацию (Феномен и категория зрелости..., 2007; и др.).

Основными субъектами массового медийного взаимодействия являются медиакорпорация и коммуникатор, т. е. тот, кто порождает информацию, *реципиент*, тот, кто получает информацию, и *средство* коммуникации, ее передающее. Кроме того, информационные процессы массовой медийной коммуникации регулируются органами государственной власти, коммерческими организациями, научными институтами и различными структурами гражданского общества, т. е. субъектами, которые способны, в частности, инициировать и обеспечивать возможность минимизации негативных последствий такого взаимодействия.

Взаимодействие субъектов как в межличностной, так и опосредствованной коммуникации осуществляется на четырех разных уровнях: экологическом, когнитивном, эмоциональном и поведенческом (Матвеева и др., 2004). Межличностное общение осуществляется в некой целостной экологической среде, характеризующейся единой эмоциональной атмосферой и сменой динамики активности участников взаимодействия на основе взаимного отражения. В результате этого происходит порождение новой информации на всех четырех перечисленных уровнях. Опосредствованное общение в условиях массовой коммуникации в отличие от общения, например, в традиционных видах совместной деятельности (см.: Совместная деятельность..., 1988, 1992, 1997; и др.) характеризуется *несимметричностью взаимодействия*, что приводит к возникновению следующих особенностей:

- на экологическом уровне – коммуникатор, задействуя технологические и репутационные возможности медиакорпорации, организует информационную среду общения по заданному сценарию, реципиент воспринимает транслируемое содержание, причем чаще всего в замкнутом пространстве собственной жизнедеятельности (например, в домашней обстановке);
- на поведенческом уровне – максимальная активность со стороны коммуникатора, это он порождает сообщение, работает с командой единомышленников, пишет, снимает, монтирует, защищает готовый проект и т. д., он свободен в выборе форм поведения, тогда как реципиент воспринимает готовую медиапродукцию; сфера его активности – выбор канала коммуникации и обмен впечатлениями с другими людьми;
- на когнитивном уровне – коммуникатор осуществляет творческий процесс, актуализирует образ «себя», образ реципиента

как партнера по общению, создает систему коммуникативных сигналов, а реципиент – воспринимает, декодирует, интерпретирует коммуникативные сигналы, актуализирует образ «себя», образ «коммуникатора» как партнера по общению;

- на эмоциональном уровне – коммуникатор создает эмоциональную атмосферу (выбор ведущего, музыки, дизайна оформления и т. д.), а реципиент «погружается» в определенное эмоциональное состояние в процессе коммуникации.

Таким образом, очевидно, что современные СМК (средства массовой коммуникации) изменяют структуру самого процесса общения, что ведет к неизбежной модификации содержания индивидуально и коллективного сознания.

В случае, когда информация адресована ребенку как реципиенту, необходимо дополнительно учитывать особенности детской психики, а именно:

- дети более остро реагируют на экологическое несоответствие, противоречия в организации двух миров – виртуального и реального; часто неосознанное предпочтение делается ими в пользу виртуального, что приводит к неадекватности возникающих у них новых потребностей;
- дети чаще всего не выбирают канал медиакommunikации, за них это делают родители; для детей процесс обсуждения того или иного содержания должен быть организован извне – для формирования просоциального и осознанного отношения к увиденному;
- у детей отсутствует готовая, ранее интериоризованная система социальных установок и ценностных ориентаций, на которую они могли бы опираться при взаимодействии с коммуникатором, вследствие чего данные установки, ценности и нормы ими фактически усваиваются, интериоризируются из контента информационного продукта;
- у детей процесс «погружения» в определенное эмоциональное состояние осуществляется быстрее, чем у взрослых, более непосредственно, эмоциональные переживания более ярко выражены, они более интенсивны и продолжаются обычно гораздо дольше.

Объективные задачи развития детей и подростков, такие как личностное взросление, совершенствование предметной, социальной и коммуникативной компетентности, жизненное самоопределение, формирование гражданской идентичности, в настоящее время ре-

шаются в условиях социальной ситуации развития с активным участием массовой культуры, а также СМК в качестве так называемого «третьего родителя» (см.: McAleer, 1992, р. 32), транслирующих глобалистические ценности развития (Доверие и недоверие..., 2013; Россия в глобализирующемся мире..., 2007; и др.). Массовая культура и СМК, в свою очередь, предлагают детям и подросткам культурные ориентиры и идеалы личностного развития, далеко не всегда являющиеся органичными для русской и российской этнической и цивилизационной идентичности (Гумилев, 2013).

Информационный продукт и медийное средство его передачи реципиентам является важнейшим звеном в опосредствованной коммуникации. Считается, что появление телевидения как средства коммуникации между людьми изменило не только содержательный пласт взаимодействия, но также и характер человеческих взаимоотношений, что внесло ряд коррективов в знаковую систему построения индивидуальной картины мира. Так, согласно М. Маклюэну (McLuhan, 1967), человек, который научился читать раньше, чем смотреть телевизор, усваивает культурное наследие и свой собственный опыт по логике повествования текста, вербальных понятий, жизненного пути, длящегося во времени, тогда как «телевизионное поколение» представляет собой «восточных мудрецов, заглядывающих внутрь себя и вмещающих в себя человечество», равнодушных к течению времени, воспринимающих мир «здесь и теперь»; единицей построения картины мира для них является межмодальный, т. е. одновременно аудиальный, визуальный и кинестетический образ, модифицированный в пространстве и времени. Возможно, поэтому стремительная эволюция современных средств коммуникации, происходящая на базе сращивания мобильной связи, интернета и нейрокибернетики, приводит к изобретению и промышленному производству таких технических устройств, которые позволяют человеку активно действовать в новых, недоступных ему в реальной жизни виртуальных пространствах, где он может свободно реализовывать практически любые свои фантазии и влечения, вплоть до патологических, нарушающих культурные табу.

На сегодняшний день СМК как социальный институт фактически являются системой социокультурного мотивирования (Патяева, 2009; Zinchenko, 2009) и таким образом детерминируют функционирование и развитие поведения и психики человека. То, каким образом это может осуществляться, объясняет, в частности, теория «научения через наблюдение». Данная теория утверждает, что люди могут обучаться, просто наблюдая за поведением других людей

(Бандура, 2000; Карабанова, Подольский, 2002; Карабанова, 2005, 2012). Человек, за которым наблюдают, называется моделью. Экспериментально установлено, что индивид может усвоить некоторые действия, наблюдая за тем, как выполняет соответствующие действия модель, в случае высокой референтности модели; этот процесс называют моделирование. С точки зрения Бандуры, люди формируют когнитивный образ определенной поведенческой реакции через наблюдение за поведением модели, эта закодированная информация, хранящаяся в долговременной памяти, служит ориентиром в их действиях.

Наблюдая за образцом успешного поведения и неудач других людей, субъект научается быстрее, чем, если бы он осуществлял действия самостоятельно. Это особенно ярко проявляется в тех заданиях, которые в большей степени зависят не от мануальных, а от концептуальных умений (Bandura, 1977). Для человека взрослеющего, находящегося на этапе формирования личности, процесс научения через наблюдение играет существенную роль в формировании как положительных, т. е. социально ориентированных, так и негативных, т. е. разрушительных, вредных, антиобщественных поведенческих паттернов и привычек. Рассматривая компьютерные игры как один из наиболее популярных на сегодняшний день и важнейших по возможностям психологического воздействия на психику детей информационных продуктов, необходимо учитывать, что в компьютерной игре научение играющего ребенка тому или иному поведению происходит не только через его наблюдение за действиями других, но и через непосредственное осуществление им самим поведенческой активности от имени героя или персонажа особой «игровой реальности» – «реальности» мира компьютерной игры.

Рассматривая «систему личности», Т. Парсонс выделил в ней следующие механизмы: «механизмы обучения», «механизмы защиты» и «механизмы адаптации» (Парсонс, 2002, с. 305). Обучение, согласно Парсонсу, может облегчить как напряженность внутренних конфликтов личности, обслуживаемых ее защитными механизмами, так и помочь преодолеть фрустрацию в достижении цели, замещая желанный прежде объект новым.

В России за обучение детей и подростков и их адаптацию в жизни общества официально отвечают семья и школа. В неформальном режиме в оба эти процесса активно вовлекается весь близкий круг общения ребенка.

Защитные механизмы как наиболее тесно связанные с глубинным «Я» личности замкнутый ребенок до недавнего времени зачас-

тую вырабатывал самостоятельно в процессе творческого созидания собственной личности. В настоящее же время ребенок может импульсивно «выпустить пар» в компьютерной игре и/или в так называемых соцсетях.

Согласно Е. В. Субботскому (1999), в детской игре присутствует тенденция к магическому и «предельному» выходу за рамки простой имитации обыденно-реального. Компьютерные игры дают простор для актуализации потенциальной мотивации, а также для магического мышления как одной из составляющих структуры индивидуального сознания. Компьютерные игры соответствующей тематики обеспечивают ребенку иллюзию взаимодействия с мистической реальностью. Кроме того, в компьютерных играх детский энтузиазм и детский азарт вдохновляют фантазию ребенка, в результате происходит фантазийное «расцветивание» предьявляемого в игре «псевдомира». Понятие «Я в предлагаемых обстоятельствах» К. С. Станиславского и понятие «альтер-эго личности» могут помочь проанализировать смысловое содержание субъективного опыта проживания и переживания игры ребенком. Вполне возможно, что ребенок благодаря принятой в игре роли исследует упрощенную субъективную реальность персонажа игры так же, например, как актер русского психологического театра познает правду души своего персонажа, скрытую от поверхностного взгляда.

Само по себе «вчувствование», по терминологии И. А. Ильина (2006), в личность другого человека, его проблемы и мельчайшие обстоятельства жизни есть важнейшая ценность межличностного общения человека.

В то же время в ходе социализации, обучения и воспитания ребенок должен получить представление о традиционных для россиян культурных идеалах, ценностях и одобряемых сценариях достижения успеха. Формирование этнокультурной идентичности крайне затруднительно без усвоения ребенком этосов благородства и героизма. Качественные литература, кино, театральные спектакли и разнообразные представления демонстрируют юному читателю и зрителю примеры и образцы мужского, женского, детского и юношеского благородства и героизма, помогая личности выработать нравственные эталоны и ориентиры поступка, тем самым опосредствуя процесс развития личности в целом, а не только субъектности как подсистемы личности.

Проблема состоит в том, что практически все игры, доступные сегодня российским детям и подросткам, произведены за рубежом и нуждаются в пристальном родительском рассмотрении на пред-

мет ценностного контекста сюжета. Анализ дискурса игры профессиональным психологом может помочь родителям в принятии решения, позволять ли ребенку играть в данную игру или нет. В ходе такого анализа выясняются:

- 1) коммуникативная позиция авторов сценария игры;
- 2) ценностная подоплека авторского замысла и сюжета игры;
- 3) характер коммуникативного послания авторов игры и характеристика (этнос) персонажей игры;
- 4) последовательность событий и действий персонажей с разным эмоциональным контекстом;
- 5) потребности детской аудитории, к которым апеллирует игра.

Обсуждение психологических аспектов воздействия компьютерных игр на психику детей и подростков напрямую связано с проблемой возможного возникновения у них игровой компьютерной психологической зависимости. Многие авторы, изучающие проблему игровой зависимости, считают, что компьютерные игры создают особенную «игровую», «виртуальную» реальность, отличную от окружающего мира, которая вследствие «эффекта присутствия» может восприниматься играющим как реальный мир, эквивалент реального мира или некая «параллельная реальность» (Иванов, 2005; Мунтян, 2005; Шипицына, 2009; Шипицына, 2011). Среди характеристик компьютерных игр, влияющих на возникновение у пользователя игровой зависимости, выделены следующие: наличие «собственного» мира, в который нет доступа никому, кроме играющего; отсутствие ответственности; реалистичность происходящего; абстрагирование от окружающего мира; возможность исправить любую ошибку путем многократных попыток; возможность самостоятельно принимать любые (в рамках игры) решения вне зависимости от того, к чему они могут привести.

Известны негативные последствия злоупотребления компьютерными играми: завышенный уровень личностной тревожности, неадекватное восприятие себя и окружающего мира, диссонанс между «Я-идеальным» и «Я-реальным» (Короленко, 1991), деградация личности, снижение социального статуса, потеря собственного «Я», возникновение агрессии, замкнутости (Мунтян, 2005); несложившаяся личная жизнь, неудовлетворенность собой и, как следствие, утрата смысла жизни и нормальных человеческих ценностей (Иванов, 2005). В то же время перечисленные негативные психологические аспекты могут являться и причинами «ухода» или «бегства» человека от реальности и компенсаторного обращения его к миру компьютерных игр.

Фундаментальным для детского развития является противоречие между свободой ребенка вообразить нечто (представить, изобрести) в собственном сознании и возможностью обрести это самое нечто (сделать, создать, реализовать) «на самом деле». В идеале, взрослея, ребенок движется в направлении продуктивного разрешения этого противоречия, обретая знания, умения и навыки ответственного субъекта деятельности, другими словами, обретая субъектность и чувство самоэффективности в терминологии А. Бандуры (Бандура, 2000). Современный глобальный рынок компьютерных игр предоставил детям и подросткам (да и взрослым) суррогатные способы обретения глубоко личного переживания заветной субъектности и чувства игровой самоэффективности в самых разных сферах человеческой деятельности.

Так, в ролевых компьютерных играх, посредством действия механизма идентификации субъекта (игрока) с героем или персонажем компьютерной игры происходит психологическое «погружение» игрока в виртуальный мир игры. Такое погружение способно, в частности, стимулировать личностную самореализацию игрока – через обращение к его потенциальным способностям, не получающим применения и развития в реальной жизни, а также через достижение им иллюзорного успеха, который может восприниматься как эквивалент успеха реального. При этом мир компьютерной игры субъективно воспринимается игроком как некая «параллельная» реальность, психологически удобная и полезная, в которой он может быть «иным» – более успешным, интересным, значимым и т. д. Такая «виртуальная самореализация», с одной стороны, позволяет субъекту реализовывать мотивацию достижения вне социума, а с другой стороны, формирует психологическую зависимость от компьютерных игр. При этом известно, что зависимость от компьютеров проявляется быстрее, чем любая другая: требуется в среднем не более года, чтобы стать настоящим «компьютерным аддиктом» (Шипицына, 2011). Важно учитывать и то, что значительная предсказуемость и упрощенность мира компьютерной игры может приводить к торможению развития социального интеллекта ребенка.

Особенности компьютерных игр (КИ) как медийного контента

Согласно опросам (Войскунский и др., 2005; Войскунский, Аветисова, 2006; Войскунский, 2010) в России более 16 млн человек в возрасте от 10 лет пользуются персональными компьютерами, из них 51% используют их для компьютерных игр. По разным данным,

аудитория геймеров в возрасте от 10 до 18 лет составляет в нашей стране не менее 3–4 млн человек. Каждый четвертый игрок проводит за компьютером более 20 часов в неделю, что сопоставимо со временем, проведенным на работе при восьмичасовом рабочем дне. Около 700 тыс. страдают компьютерной зависимостью.

Р. Кайуа (2007, с. 49–64, 72) выделил четыре основных типа игр: агон – все игры, где есть идея состязания, где в идеале у соперников равные шансы на успех и игроки прилагают все силы для достижения наилучших результатов; азартные игры (alea) – игры с фортуной, где от игрока ничего не зависит, он пассивен и не имеет шанса проявить себя; ролевые игры (mimicry) – различные пантомимы, драматизации, карнавалы и маски; и наконец, игры-головокружения (ilinx) вроде раскачивания на качелях или на привязанных к дереву (шесту) веревках, каруселей или разного рода кружений и вращений вокруг своей оси, которые связаны с особыми состояниями сознания, когда нарушается стабильность воспринимаемого мира. Все многообразие мира игры происходит из соединений этих четырех ее основных типов. Дети и молодежь предпочитают ролевые игры, где возможна идентификация с «героем» и казуальные игры, позволяющие уйти от сложности реального мира.

За последние десятилетия расширение объемов индустрии и быстрый рост аудитории превратили компьютерные игры в неотъемлемую часть массовой культуры и повседневной жизни людей. Это сравнительно новый вид информационного воздействия, обладающий собственной спецификой. В настоящее время правильнее использовать термин «киберигры», поскольку используются не только компьютеры, но и телефоны, планшеты и другие электронные устройства. Это приводит к тому, что игры становятся доступны не только за компьютером, но, по сути, в любой момент жизни – в транспорте, на уроке, дома, на улице.

Практически все дети, имеющие доступ к сети Интернет посредством разнообразных устройств хотя бы эпизодически играют в КИ.

Один из факторов, затрудняющих исследования в области киберигр, – это огромное многообразие самих игр. Только поверхностному наблюдателю может показаться что все игры одинаковы. Многообразие в этой области гораздо больше, чем в жанрах литературы или видах кинопродукции. По сути, общим в кибериграх является только то, что все они предполагают взаимодействие с некой виртуальной реальностью, моделируемой компьютером.

Среди разработчиков и пользователей компьютерных игр существует множество классификаций по самым разным критериям. Это могут быть довольно формальные критерии, например:

1. Классификация по игровой платформе, для которой выпускается игра. По этому признаку можно разделить игры на компьютерные, игры для мобильных устройств, приставочные игры, игры для игровых автоматов и браузерные.
2. Классификация по типу графики на двумерные, трехмерные и изометрические.
3. Классификация по количеству играющих – на однопользовательские, мультиплеерные и массовые.

Эти и подобные им формальные классификации позволяют получить представление о некоторых аспектах деятельности пользователей и особенностях их взаимодействия с игровым миром, но являются слишком широкими.

Наибольший интерес для психолога может иметь классификация игр по жанрам. Однако здесь мы сталкиваемся с тем, что, во-первых, однозначной и устойчивой классификации жанров игр не существует, и в разных источниках мы встречаем разный набор категорий, некоторые из них являются общими практически для всех, а некоторые различаются. В основном отличия возникают за счет слияния нескольких категорий в одну или, наоборот, разделения одной категории на дробные подкатегории. Так же в разных источниках одни и те же категории могут называться разными терминами.

Вторая проблема, связанная с классификацией жанров, заключается в том, что многие игры сочетают в себе черты разных жанров и не могут быть однозначно отнесены к одному из разделов этой классификации. Важно, что это не отдельные исключения, а довольно устойчивая и массовая тенденция.

Третья проблема жанровой классификации состоит в том, что, по сути, она является исторически сложившейся, традиционной, однако при этом при ее создании никто не задумывался о теоретических основаниях и логической обоснованности критериев.

Приведем один из вариантов такой жанровой классификации. Итак, по жанру компьютерные игры можно разделить на:

1. Шутеры (они же «стрелялки») – игры в которых персонаж игрока в реальном времени сражается со множеством виртуальных противников («монстров»).
2. Аркады – игры, в которых персонажу под управлением игрока надо бегать, прыгать, преодолевать препятствия, иногда сра-

жаться с кем-то, основная задача – преодолеть некий путь и добраться до цели.

3. Ролевые – игры, в которых у персонажа, управляемого игроком, наличествуют некие числовые параметры, определяющие его возможности для действия в игровом мире, и эти параметры растут по мере прохождения игры.
4. Приключения (квесты) – игры, в которых вокруг персонажа игрока разворачивается некий сюжет, на который игрок может в той или иной степени влиять своими выборами.
5. Симуляторы – игры, моделирующие управление каким-либо транспортным средством (автомобилем, самолетом) или какую-либо деятельность (управление футбольным клубом или жизнью оленя в лесу).
6. Спортивные – иногда рассматриваются как подвид симуляторов, представляя собой «игру в спорт».
7. Стратегические – управление некой сложной структурированной системой – армией, государством, планетой – с целью максимального развития и/или победы над соперниками. Выделяют пошаговые стратегии и стратегии в реальном времени.
8. Головоломки – решение неких задач по манипулированию виртуальными объектами или символами по заданным правилам для достижения цели.
9. Традиционные и настольные – компьютерные варианты некомпьютерных игр, таких как шахматы, карты, нарды, а также коллекционные карточные и настольные игры.

В отдельные жанровые категории иногда выделяются обучающие игры и игры для детей.

Таким образом, на основе этой классификации мы можем получить только довольно общее представление о том, как устроено в том или ином случае взаимодействие пользователя с игровой реальностью, и не получаем практически никакой информации о содержательном аспекте игры, не говоря уже о таких аспектах, как смысловой и этический. Даже в пределах одного жанра игры могут очень сильно различаться по разным признакам.

Тем не менее даже эта классификация дает нам представление о разнообразии ролевых игр. Так, далеко не для всех игр характерно наличие персонажа, которым управляет игрок. В некоторых играх, например, стратегиях или головоломках, такого персонажа может не быть вообще, в некоторых других (например, некоторых ролевых) таких персонажей может быть несколько. Есть игры, в которых вообще нет никаких персонажей, вся игровая деятельность развора-

чивается в окружении объектов (например, симулятор управления транспортными потоками).

Далее, не в каждой игре есть сюжет: например, во многих головоломках и симуляторах сюжет отсутствует. Если сюжет в игре есть, то он может быть сложным и развернутым, а может быть элементарным и условным.

Приведенные примеры показывают, что для анализа содержательных характеристик компьютерной игры традиционные формальные или жанровые классификации являются недостаточными.

Приведем пример классификации, позволяющей отнести к компьютерной игре как к особой реальности, порождающей (или не порождающей) процессы идентификации игрока с персонажем или героем и на этой основе способствующей формированию у него психологической зависимости (Цыганков, 2006, 2007):

1. Ролевые компьютерные игры – игры, обязывающие игрока выступать в роли конкретного или воображаемого компьютерного героя.
 - 1.1. Игры с видом «из глаз» «своего» компьютерного героя («шутеры», от «First Person Shooter») характеризуются наибольшей степенью «вхождения» или «погружения» в игру, провоцируя играющего к полной идентификации с компьютерным персонажем, они способствуют возникновению у играющего ощущения потери связи с реальной жизнью за счет повышенной концентрации внимания на виртуальном мире игры, а также появлению склонности считать действия своего героя своими собственными.
 - 1.2. Игры с видом извне на «своего» компьютерного героя. Характеризуются меньшей степенью вхождения в роль героя за счет того, что играющий видит «себя» со стороны, управляя действиями героя игры.
 - 1.3. «Руководительские» (стратегические) игры, где играющему предоставляется право руководить деятельностью подчиненных ему компьютерных персонажей, при этом он не видит на экране своего компьютерного героя, а сам придумывает себе роль (например, командир отряда, глава государства и т. д.). Здесь роль игрока не задается конкретно, а воображается играющим.
2. «Неролевые» компьютерные игры характеризуются тем, что играющий не принимает на себя роль компьютерного персона-

жа, вследствие чего влияние игр на личность человека строится на обращении к мотивации «прохождения» маршрута игры и/или набирания очков. Выделяется несколько подтипов:

- 2.1. Аркадные игры (или «приставочные»), где играющему нужно быстро передвигаться, стрелять и собирать различные призы, управляя компьютерным персонажем или транспортным средством.
- 2.2. Головоломки – компьютерные варианты настольных игр (шахматы, шашки, нарды и т. д.), а также головоломки, представленные в виде компьютерных программ и призывающие игрока обыграть компьютер.
- 2.3. Игры на быстроту реакции, не имеющие сюжета и актуализирующие потребность «пройти» игру (определенный «маршрут») до конца.
- 2.4. Азартные игры, компьютерные варианты карточных игр, рулетки, имитаторы игровых автоматов, т. е. компьютерные варианты «настоящих» казино, игровых салонов. Психологические аспекты формирования зависимости от этих компьютерных игр и их реальных аналогов, по мнению автора классификации, весьма сходны.

Методы оценки и анализа воздействия компьютерных игр на психику ребенка должны учитывать такие их особенности, как *действенный характер вовлеченности игрока в процесс игры*, а также его *идентификацию с главным персонажем*.

В одном из наших исследований (Макалатия, 2012) была сделана попытка выявить привлекательность игр (так называемые «источники фана»), т. е. то, что делает одни игры для человека более притягательными, чем другие. На основании интервью и бесед с игроками и разработчиками игр, наблюдений за процессом игры, изучения самих игр, анализа не только психологической литературы, но и литературы, посвященной компьютерным играм и тематическим веб-сайтам, были выделены следующие источники удовольствия от компьютерных игр:

1. *Сюжетный или эмоционально-эстетический аспект*. Это, прежде всего, художественные достоинства сюжета игры, эмоциональная атмосфера, создаваемая игрой, эстетическое впечатление, подобное тому, которое возникает при чтении художественных книг или фильмов. Но в случае КИ наличие интерактивности и возможности игрока повлиять на исход событий вносит не-

которые коррективы. Этот аспект наиболее выражен в играх жанров «приключения» и ролевых, в меньшей степени – в стратегических играх и играет скорее вспомогательную роль во всех остальных.

2. *Уровень квалификации игрока* (так называемая «раскачка»). Этот термин из жаргона игроков обозначает рост виртуальных умений, приобретение новых возможностей в процессе игры, усиление, прибавление возможностей влиять на игровой мир, получение новых, более мощных средств для решения игровых задач. Сам по себе даже в отрыве от решаемых задач этот процесс оказывается очень притягательным для игрока. Вероятно, это можно рассматривать как своеобразный суррогат мотива саморазвития. Сильнее всего этот аспект выражен в играх жанра РПГ (Computer Role-Playing Game – это жанр компьютерных игр, основанный на элементах игрового процесса традиционных настольных ролевых игр, где игрок управляет одним или несколькими персонажами, каждый из которых описан набором численных характеристик, списком способностей и умений), а также экшн/аркада и стратегиях, в меньшей степени в менеджерах и симуляторах.
3. *Достижение, успех*. Победа над противником (реальным или виртуальным), достижение цели (выполнение задания, завершение миссии и т. п.), соревнование (с идеалом в случае одиночной игры и с другими игроками в многопользовательской игре). Соревновательный аспект наиболее сильно выражен в многопользовательских «экшенах» и стратегиях.
4. *Интеллектуальное удовольствие*. Сам процесс решения задач, удовольствие от интеллектуальной деятельности самой по себе и от интеллектуального достижения. Это удовольствие сходно с тем, которое получают люди от решения кроссвордов или головоломок. Наиболее сильно выражен этот аспект в стратегических и логических играх, а также в некоторых видах «квестов» (один из основных жанров компьютерных игр, представляющий собой интерактивную историю с главным героем, управляемым игроком).
5. *Коллекционно-исследовательский аспект*. Возможность исследовать саму игру, игровой мир, правила и объекты и потенциальная «конечность» («исчерываемость») этого исследования, т. е. возможность осмотреть все, что заложено авторами в данную игру, представляет собой некий аналог ориентировочной деятельности в реалиях игры.

6. *Творчество.* Возможность создавать в рамках игры что-то новое, индивидуальное. Наиболее выражен этот аспект в играх жанров «симсы» (однопользовательская видеоигра в жанре виртуально-го симулятора жизни в реальном времени) и играх-менеджерах.
7. *Внеигровые аспекты:* социализация, проведение досуга, рядка эмоций, уход от реальности. Эти факторы не имеют отношения к самому процессу игры, являются как бы ее побочными результатами.

Для разных людей относительное значение перечисленных факторов неодинаково. Как правило, у каждого «заядлого игрока» есть один или несколько «главных» аспектов удовольствия, которые и определяют жанры и типы предпочитаемых им игр.

Таким образом, основной характеристикой, определяющей качество компьютерной игры и ее популярность, как пользователи, так и разработчики называют ее «играбельность», т. е. то, насколько игра «захватывает» играющего, вовлекает его в процесс и доставляет удовольствие. Играть в КИ более приятно, чем заниматься большинством других дел. КИ защищают человека от скуки и приносят позитивные переживания. Играя, человек часто улучшает свое самочувствие.

В наших исследованиях и в работах наших коллег (Белавина, 1993; Войскунский, 2010; Войскунский, Аветисова, 2006; Войскунский, Аветисова, 2010; Войскунский и др., 2005; Крылова, 2007; Собкин, Евстигнеева, 2001; Макалатия, 2003; Тендрякова, 2008; Фомичева и др., 1991; Huesmann, 2010) показано, что КИ, как правило, порождает опыт потока. Несмотря на то, что казуальные КИ в силу недостаточно высоких требований к навыкам игрока не создают глубокого и интенсивного потока, описанного в работах Чиксентмихайи (2011), все же потоковые компоненты есть в каждой игре.

Фактически КИ – это деятельность, «оптимизированная» под опыт потока. Это происходит за счет того, что некоторые особенности структуры игровой деятельности способствуют проявлению или усилению определенных компонентов потока. Рассмотрим их подробнее:

1. Концентрацию внимания облегчает как сам по себе экран, на котором, как правило, движутся яркие объекты (что является стимулом для непроизвольного внимания), так и структура интерфейса игры, позволяющая легко отличить «важные», значимые для деятельности элементы изображенного на экране от фоновых.

2. Ясные цели и обратная связь – это ключевой момент почти любой игры. Игроку максимально четко ставятся цели, и явно и наглядно демонстрируется степень успешности в их достижении.
3. Потеря «я», отрешенность от обыденной жизни обеспечивается погружением в «игровой мир».
4. Возможности настройки баланса требований и умений. В казуальных играх мы наблюдаем довольно низкие требования к умениям игрока и подкрепление за каждое правильно выполненное действие. В более сложных играх, как правило, имеются настройки уровня сложности, позволяющие успешно достигать игровых целей пользователям с разным уровнем умений.
5. Чувство контроля обеспечивается немедленной и предсказуемой реакцией игровой программы на нажатие клавиш/движения джойстика. Что характерно, когда игра «выходит из-под контроля» из-за ошибок в программном обеспечении, это вызывает взрыв отрицательных эмоций и часто приводит к прекращению игровой деятельности.

Что касается особенностей самой игровой деятельности, то здесь, на наш взгляд, важным может оказаться разделение на «большие» или «серьезные» игры и игры «казуальные». До сих пор большинство психологических исследований компьютерных игр касалось «больших» игр или ММО (массовая многопользовательская онлайн-игра), обладающих сложными правилами, прохождение которых занимает десятки и сотни часов. Некоторые исследователи выделяют даже особую субкультуру «геймеров», объединяющую любителей того или иного вида таких игр – с собственными традициями, сленгом и системой ценностей. Именно «большие» игры, как правило, вызывают игровую зависимость, ставшую за последние 20 лет серьезной проблемой.

При этом от внимания исследователей почти полностью ускользает другой вид игр, так называемые «казуальные». Основной особенностью казуальных игр является простота игрового процесса, не требующего никаких специальных навыков и знаний, а также возможность играть «маленькими порциями» – по несколько минут. Использование мобильных устройств позволяет пользователям играть в такие игры практически в любой обстановке в любое время дня. Эти игры приобретают все большую популярность, и их аудитория несравненно шире, чем аудитория даже самых популярных ММО. В последние 10 лет рынок казуальных игр переживает взрывообразный рост, многие игровые компании полностью переключаются на выпуск именно таких игр.

Что характерно, люди, регулярно играющие в казуальные игры, вовсе не считают себя «геймерами» и часто на вопрос «играете ли вы в компьютерные игры?» отвечают «нет». В обществе сложился определенный имидж «геймера» – человека, часами «просиживающего» в игре, обменивающегося непонятными словами с такими же, как он сам, игроками. Секретарша, раскладывая в перерыве работы пасьянс «косынка», или менеджер, тайком от коллег, под столом запускающий птичек во время совещания, «геймерами» себя не считают, поэтому такие люди, как правило, не попадают в поле зрения психолога, занимающегося «исследованиями компьютерных геймеров». Почти каждый обладатель мобильного телефона/смартфона/планшета или регулярный пользователь компьютера хотя бы раз играл в казуальную игру. Как показали наши предварительные исследования, около 80% людей играют в них более или менее регулярно. Средний игрок тратит на казуальные игры от 10 минут до 1,5 часов в день.

Различается и аудитория этих игр. Если в «большие» КИ играют преимущественно молодые мужчины, то, по данным опросов, ядро целевой аудитории пользователей казуальных игр составляют женщины в возрасте 20–40 лет. По роду занятий большинство их составляют служащие, студенты и домохозяйки.

Итак, казуальные игры – это маленькие простые игры («игрушки», как часто называют их пользователи), с минимумом текста, простым и интуитивно понятным интерфейсом. Например, знакомые большинству пользователей персональных компьютеров игры «Косынка» и «Сапер», для пользователей айфонов – «Angry Birds», для играющих с телефона – «Удав» и «Тетрис», для пользователей социальных сетей – «Веселая ферма» и ее «клоны». Последняя имеет так же черты ММО, но вполне может быть отнесена к казуальным по остальным признакам.

Можно выделить следующие признаки казуальных игр.

1. Возможность играть короткими «сессиями» или прервать игру в любой момент, а потом вернуться к ней снова. Средняя длительность одной «игровой сессии» – от 40 секунд до 10 минут. Это позволяет играть в казуальные игры «между делом», оторвавшись от работы, на перемене между занятиями, в транспорте и т. п.
2. Очень простые правила, практически не требующие времени и усилий на освоение. Если для того, чтобы достичь высоких результатов в игре типа MMORPG, нужно потратить много часов,

при этом часто надо изучить специальные руководства и т. п., то освоение правил казуальной игры занимает не больше нескольких минут.

3. Относительная простота игровых задач. В казуальных играх нет ни сложного сюжета, ни многоуровневой стратегии. Они не требуют серьезных интеллектуальных усилий от игрока.

Кроме того, большинству казуальных игр последнего поколения свойственна яркая, простая, часто так называемая «мультипликационная» (или «мультипликационная») графика, юмористический сюжет и радостное, оптимистично-приятное музыкальное сопровождение. Все эти характеристики, наряду с особенностями продаж и ценовой политикой производителей, привели к взрывообразному росту популярности казуальных игр.

Возникает вопрос, что привлекает человека в казуальных играх. Если для «серьезных» игр основными факторами привлекательности являются 1) непосредственное чувство удовольствия от игры, опыт «потока», получаемый в ней; 2) социальные факторы, т. е. общение с партнерами по игре или просто с людьми, разделяющими интерес к конкретной игре, то с казуальными играми все обстоит иначе.

Казуальные игры слишком просты и многочисленны, чтобы быть темой и интересом, собирающим вокруг себя сообщество. Большинство казуальных игр (за исключением встроенных в социальные сети) предполагают одиночную игру и отсутствие какого-либо взаимодействия с другими игроками. Если рассматривать казуальные игры с точки зрения теории потока, то окажется, что казуальная игра практически никогда не дает переживаний интенсивного потока. Деятельность оценивается респондентами как не требующая высоких навыков и не предъявляющая высоких требований и в полном соответствии с теорией Чиксентмихайи воспринимается как не очень интересная и захватывающая (в среднем 4,2 балла по 7-балльной шкале; для сравнения – игроки в WoW или Guild Wars оценивают эти параметры своего игрового опыта на 6,3 балла).

Из других элементов «потока» ярко выраженными в казуальных играх являются только ясность целей и четкая обратная связь и контроль. Это обязательные элементы игры, при их отсутствии игра расценивается как непривлекательная и быстро оставляется. Концентрация внимания на игре оценивается игроками как «не очень высокая». Но, несмотря на это, казуальные игры обладают эффектом «затягивания», начав в них играть, трудно оторваться, не закончив «уровень». Вместе с тем этот эффект имеет гораздо

меньшее влияние на повседневную жизнь игроков – благодаря отмеченной выше краткой протяженности отдельных «уровней» или сеансов игры во времени. «Потеря ощущения своего „Я“» и «слияние с деятельностью» игроками в казуальные игры почти не отмечается. В целом респонденты оценивают свой опыт игры в казуальные игры как «расслабляющий». Тем не менее большинство респондентов (82%) находят его приятным, остальные – нейтральным. По нашим данным, люди играют в казуальные игры в трех основных типах ситуаций:

- 1) когда чувствуют себя слишком усталыми, чтобы заняться чем-либо еще (в конце рабочего дня, после выматывающего совещания и т. п.);
- 2) когда скучно и нет других более подходящих занятий (в транспорте, в очереди);
- 3) когда нужно заниматься каким-то неприятным делом, но не хочется его начинать или к нему возвращаться.

Таким образом, изучение особенностей казуальных игр оказывается связано с еще одной актуальной на сегодняшний день психологической проблемой – проблемой прокрастинации и борьбы с ней. Характерно, что большинство пользователей склонны согласиться с утверждением, что игра в казуальные игры является напрасной тратой времени (полностью согласны – 29% опрошенных, скорее согласны – 46%). Хотя казуальные игры, в отличие от «серьезных», как правило, не вызывают тяжелой игровой зависимости, они часто приводят к потере времени, опозданиям, низкой продуктивности работы и т. п. 40% опрошенных согласились с утверждением «Мне жаль времени, потраченного на казуальные игры».

Еще одна практическая проблема, напрямую связанная с особенностями казуальных игр – это использование игр для обучения. Сама эта идея не нова, но до сих пор обучающие игры скорее занимают место вспомогательных среди других средств обучения (Психология сегодня..., 2009; и др.), и большинство существующих и разрабатываемых обучающих киберигр рассчитаны в первую очередь на маленьких детей. Встречаются исключения, например, игровые программы для обучения набору «вслепую», но они сравнительно немногочисленны. А 15 лет назад перспективы использования компьютерных игр в обучении представлялись гораздо более радужными. Дело в том, что все обучающие игры по сути своей являются казуальными. Они построены по вышеописанным критериям: просты в освоении собственно игровой части, позволяют играть эпизо-

дически, не создают сложных игровых «челленджей» (т. е. игровых заданий повышенной сложности). К тому же, большинство из них – однопользовательские, и обладают сравнительно невысокой художественной и сюжетной ценностью, в них ограничены возможности для исследования и собственного творчества. В обучающих играх отсутствуют почти все основные факторы, формирующие мотивацию пользователя «серьезных» игр, делающие игровую деятельность захватывающей и затягивающей. Именно поэтому обучающие игры обладают сравнительно низкой привлекательностью, не создают у пользователей переживания интенсивного «потока». И, таким образом, желание «направить в полезное русло» мощную мотивацию, создаваемую компьютерными играми, так и осталось невыполненным.

Анализ воздействия компьютерных игр на детей и подростков в аспекте информационной безопасности

Появление компьютерных игр как медийного контента датируется 1950-ми годами. Широкое распространение они получили, когда компьютеры начали широко входить в повседневную жизнь людей, и из сложных вычислительных машин превратились в привычный предмет рабочего и домашнего обихода почти каждой семьи. В развитии компьютерных игр как особого вида медийного контента можно выделить в настоящий момент следующие тенденции.

1. *Совершенствование графики.* Если 30 лет тому назад изображения в компьютерных играх представляли собой довольно простые и примитивные рисунки, требовавшие от пользователя изрядной работы воображения, чтобы домыслить изображенное на экране, то современная трехмерная компьютерная графика позволяет создавать изображение, практически неотличимое для неискушенного пользователя от документальной киносъемки.
2. *Расширение возможностей моделирования действий и процессов.* Если в ранних компьютерных играх возможные действия персонажа, управляемого игроком, ограничивались очень скудным набором: пойти вправо, пойти влево, прыгнуть, нанести удар, взять предмет, то в современных играх уровень интерактивности возрос на порядки. Компьютерные персонажи могут ходить, бегать, летать, плавать в любых направлениях, свободно перемещаясь по игровому миру и взаимодействуя с объектами в нем десятками различных способов.

3. *Совершенствование звукового оформления.* Если ранние игры сопровождались простой, с явным искусственным тембром «музыкой», то в современных играх доступен огромный арсенал реалистичных звуковых эффектов, передача голосов персонажей, качественно звучащей музыки, стереоэффекта звукового сопровождения и т. п.

Все эти изменения увеличивают степень и глубину «вживания», субъективного переноса игроком своего «Я» в игровой мир. Это, в свою очередь, усиливает эмоциональную вовлеченность и степень воздействия игры на пользователя. Кроме того, повышенная реалистичность изображения, звуков и возможностей взаимодействия с игровыми объектами для детей младшего возраста (до 6 лет) может привести к размыванию границ между игровым, вымышленным («понарошечным») пространством и пространством реального мира. Это, в свою очередь, может привести как к нанесению эмоционального вреда (ребенок пугается компьютерных «монстров»), так и к перенесению неадекватных виртуальных поведенческих паттернов в реальную жизнь.

Основным отличием компьютерных игр от других информационных продуктов является характер взаимодействия с ними пользователя. Игры являются интерактивным продуктом. Неотъемлемой частью игры является *активное взаимодействие* пользователя с игровыми объектами. Если в случае чтения текстов, просмотра фильмов или телепередач, прослушивания радио зритель/слушатель/читатель только воспринимает информацию, а вся активность (если она есть) происходит во внутреннем плане (понимание, сопереживание и т. п.), то в случае игр пользователь вовлечен в непосредственную деятельную активность. Он реально управляет происходящим в игре через команды с клавиатуры/джойстика/другого вводного устройства, он принимает решения, которые влияют на развитие ситуации в игре. Кроме того, в онлайн-играх нет возможности отменить какое-либо уже совершившееся игровое событие, что может привлекать игроков, склонных к поиску острых ощущений. Для детей, особенно младшего возраста, это, во-первых, увеличивает привлекательность игр по сравнению с любым другим видом информационного контента, поскольку задействует наглядно-действенное мышление, наиболее развитое в раннем возрасте. Во-вторых, активное действие и принятие решений фасилитируют идентификацию пользователя с персонажем игры, что обуславливает гораздо более сильное эмоциональное воздействие.

Анализ воздействия компьютерных игр на детей и подростков предполагает необходимость учета следующих психологических особенностей формы и содержания компьютерных игр.

1. *Наличие игровой агрессии.* Изрядная часть компьютерных игр содержит элементы борьбы и противостояния реальному или виртуальному противнику, обычно визуализирующихся как бой. Нужно понимать, что сама по себе игровая агрессия не является вредной для ребенка, более того, по мнению многих исследователей, обыгрывание ситуаций насилия и агрессии является важным этапом в развитии личности ребенка, помогает ему научиться контролировать и социально приемлемо применять собственную агрессию. Недаром во все времена у всех народов дети играют в «военные» игры типа «казаков-разбойников». Но такие игры полезны и безопасны, только если агрессия и насилие в них не изображаются чрезмерно натуралистично, происходят в рамках жестких правил игры и являются сюжетно оправданными. Натуралистичное изображение насилия и немотивированная агрессия персонажа, с которым идентифицируется игрок, может нанести эмоциональный вред, особенно детям младшей возрастной группы (см.: Проблемы психологической безопасности, 2012).
2. *Степень разделенности воображаемого и реального пространства.* Все действия компьютерных игр происходят в игровом пространстве. Дети уже с раннего возраста способны различать реальное и воображаемое пространство и понимать, что в них действуют разные законы. Но компьютерные игры отличаются от воображаемого пространства, создаваемого детьми в собственной фантазии. Визуализация и поведение героев во многом заданы авторами игры. Чем более «ненастоящим», сказочным или фантастическим будет представленное в игре пространство, тем легче ребенку отнести его к фантазиям и отделить от своих знаний и представлений о реальном мире. И наоборот, реалистичность графики и изображаемых объектов и событий может затруднить такое разделение.
3. *Обучающий потенциал компьютерных игр.* На данный момент обучающие компьютерные игры признаны эффективным способом опосредованного обучения для детей. Даже если речь не идет об игре, специально созданной для обучения некоторым интеллектуальным навыкам (чтению, счету, иностранному языку), все же в игре ребенок может опробовать действия и модели поведения, далеко выходящие за пределы его собственного

жизненного опыта, и столкнуться с ситуациями, которых никогда не было и не может быть в его жизни. С одной стороны, это имеет колоссальный развивающий эффект, с другой, при условии неявного разграничения воображаемого и реального пространств есть риск, что ребенок может попытаться перенести в реальную жизнь неадекватные паттерны поведения, усвоенные им в процессе игры.

4. *Критерии выигрыша (сценарий успешного прохождения игры).* Для правильной оценки возможной вредности тех или иных аспектов контента компьютерной игры необходимо учитывать место этих аспектов не только в художественном, «сюжетном», контексте игры, но и в контексте игровых целей и задач. Практически любая компьютерная игра содержит четкие критерии выигрыша и проигрыша и ясные способы оценки эффективности действий игрока. Для понимания эмоционального воздействия и прогнозирования возможного желания ребенка подражать тем или иным действиям игровых персонажей следует обязательно учитывать значимость этих действий для достижения выигрыша и/или получения игровых преимуществ.

Литература

- Бандура А. Теория социального научения. СПб.: Евразия, 2000.
- Белавина И. Г. Восприятие ребенком компьютера и компьютерных игр // Вопросы психологии. 1993. № 3. С. 62–69.
- Войскупский А. Е. Развивается ли агрессивность у детей и подростков, увлеченных компьютерными играми? // Вопросы психологии. 2010. № 6. С. 133–147.
- Войскупский А. Е., Аветисова А. А. «За» и «против» компьютерных игр // Игра, обучение и Интернет. М.: Некоммерческое партнерство «Современные технологии в образовании и культуре», 2006. С. 5–15.
- Войскупский А. Е., Аветисова А. А. Имплицированные представления игроков в компьютерные игры о психологических характеристиках игрового процесса // Четвертая международная конференция по когнитивной науке: Тезисы докладов: В 2 т. Томск: Томский гос. ун-т, 2010. Т. 1. С. 197–198.
- Войскупский А. Е., Митина О. В., Аветисова А. А. Общение и «опыт потока» в групповых ролевых Интернет-играх // Психологический журнал. 2005. Т. 26. № 5. С. 47–63.
- Гумилев Л. Н. Струна истории. Лекции по этнологии. 6-е изд. М.: Айрис-пресс, 2013.

- Доверие и недоверие в условиях развития гражданского общества. М.: Изд-во НИУ ВШЭ, 2013.
- Иванов М. С.* Психологические аспекты негативного влияния игровой компьютерной зависимости на личность человека // Психология зависимости. Минск: Изд-во НМУ, 2005.
- Ильин И. А.* Почему мы верим в Россию. М.: Эксмо, 2006.
- Кайуа Р.* Игры и люди: статьи и эссе по социологии культуры / Сост., пер. с фр. и вступ. ст. С. М. Земкина. М.: ОГИ, 2007.
- Карабанова О. А.* Возрастная психология. Конспект лекций. М., 2005.
- Карабанова О. А.* Развитие возрастано-психологического подхода в современной психологии // Актуальные проблемы психологии развития: возрастной, образовательный и семейный аспекты. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2012. С. 3–14.
- Карабанова О. А., Подольский А. И.* Психологические особенности восприятия детьми телевизионных передач // Информационная и психологическая безопасность в СМИ: В 2 т. Т. I: Телевизионные и рекламные коммуникации / Под ред. А. И. Донцова, Я. Н. Засурского, Л. В. Матвеевой, А. И. Подольского. М.: Аспект-Пресс, 2002. С.149–165.
- Короленко Ц. П.* Аддиктивное поведение. Общая характеристика и закономерности развития // Обозр. психиат. и мед. психол. 1991. № 1. С. 25–32.
- Крылова Е.* Игры уходят в онлайн // ИКС-медиа. 2007. № 10. URL: <http://www.iks-media.ru/search/250073.html> (дата обращения: 12.07.2010).
- Макалатия А. Г.* Мотивация в компьютерных играх // 3-я Российская конференция по экологической психологии (Москва, 15–17 сентября 2003 г.). Тезисы. М.: ПИ РАО 2003. С. 358–361.
- Макалатия А. Г.* Казуальные игры. Опыт психологического исследования // 6-я Российская конференция по экологической психологии. Тезисы. М.: 2012. С. 249–252.
- Матвеева Л. В., Аникеева Т. Я., Мочалова Ю. В.* Психология телевизионной коммуникации. М.: РИП-Холдинг, 2004.
- Мунтян П. С.* Вид компьютерной аддикции: зависимость от компьютерных игр // Психология зависимости. Минск: Изд-во НМУ, 2005.
- Парсонс Т.* О социальных системах. М.: Академический проект, 2002.
- Патяева Е. Ю.* К истокам культурно-исторического понимания человеческой мотивации: французская социологическая школа // Культурно-историческая психология. 2009. № 4. С.15–27.

- Проблемы психологической безопасности. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012.
- Психологическое воздействие: механизмы, стратегии, возможности противодействия. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012.
- Психологическое воздействие в межличностной и массовой коммуникации. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014.
- Психология сегодня: Теория, образование и практика. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2009.
- Россия в глобализирующемся мире: мировоззрение и социокультурные аспекты. М.: Наука, 2007.
- Собкин В. С., Евстигнеева Ю. М.* Особенности интереса учащихся к компьютерным играм: жанровые предпочтения // Социальные и психологические последствия применения информационных технологий: Материалы интернет-конференции / Под ред. А. Е. Войскунского. М.: МОНФ, 2001. С. 26–34.
- Совместная деятельность: Методология, теория, практика. М.: Наука, 1988.
- Совместная деятельность: методы исследования и управления. М.: Институт психологии РАН, 1992.
- Совместная деятельность в условиях организационно-экономических изменений. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1997.
- Субботский Е. В.* Индивидуальное сознание как система реальностей // Традиции и перспективы деятельностного подхода в психологии: школа А. Н. Леонтьева / Под. ред. А. Е. Войскунского, А. Н. Ждан, О. К. Тихомирова. М.: Смысл, 1999. С. 125–160.
- Тендрякова М. В.* Старые и новые лики игры: игровая специфика виртуального пространства // Культурно-историческая психология. 2008. № 2. С. 60–68.
- Феномен и категория зрелости в психологии. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007.
- Фомичева Ю. В., Шмелев А. Г., Бурмистров И. В.* Психологические корреляты увлеченности компьютерными играми // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 14. Психология. 1991. № 3. С. 27–39.
- Цыганков В. А.* Созависимость. СПб.: Школа трезвения, 2006.
- Цыганков В. А.* Треугольник «спасательства». СПб: Школа трезвения, 2007.
- Чиксентмихайи М.* Поток: Психология оптимального переживания. М.: Альпина нон-фикшн, 2011.
- Шпицына Л. М.* Ребенок с нарушенным слухом в семье и обществе. СПб: Речь, 2009.

Л. В. Матвеева, А. Г. Макалатия, Т. Я. Аникеева и др.

- Шипицына Л. М.* Влияние игровой компьютерной зависимости подростков с нарушением слуха на их межличностные отношения // Вопросы психологии. 2011. № 3. С. 33–49.
- Bandura A.* Social learning theory. Englewood Cliffs, N. J.: Prentice Hall, 1977.
- Huesmann L. R.* Nailing the coffin shut on doubts that violent video games stimulate aggression: comment on Anderson et al. (2010) // Psychol. Bulletin. 2010. V. 136. Iss. 2. P. 179–181.
- McAlear N., Clarke A. C.* The Authorized Biography. Chicago: Contemporary Books, 1992.
- McLuhan M.* The Mechanical Bridge. Folklore of Industrial Man. L., 1967.
- Zinchenko Y. P.* Mass media as an Effective Tool for Prevention of Sociopsychological Factors in Development of Terrorism // Psychology in Russia: State of the Art, 2009. Scientific Yearbook. Moscow: Russian Psychological Society, 2009. P. 459–476.

КОНФЛИКТНЫЙ ДИСКУРС В КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ (НА МАТЕРИАЛЕ НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ)*

Е. Г. Басалаева, М. А. Лаппо

Вербальные формы проявления агрессии, деструктивного, конфликтного общения в интернет-пространстве – одна из наиболее острых и актуальных лингвистических тем. Исследование регионального дискурса в аспектах конфликтности, толерантности, технологий воздействия было обозначено барнаульскими (Лукашевич, 2011), пермскими (Салимовский, Толстикова, 2011), томскими (Резанова, 2012; Тубалова и др., 2012), омскими (Лингвистика на службе гражданского общества..., 2013) специалистами и учеными других областей. Авторы данной статьи изучают специфику конфликтного интернет-дискурса Новосибирской области.

Подходы к изучению конфликтного текста

Существующее в настоящее время разнообразие трактовок и подходов к изучению конфликта и конфликтного текста обусловлено предметом анализа (см.: Латынов, 1993; Павлова, 1995; Гостев и др., 1996; и др.). К основным признакам конфликта, как пишет М. Ю. Сейранян, принято относить следующие: биполярность как противостояние двух начал, наличие субъектов конфликтной ситуации, активность, направленную на преодоление противоречия (Сейранян, 2012, с. 8). Нельзя не согласиться с исследователем, что любой конфликт (политический, социальный, психологический, нравственно-этический, межличностный) объективируется языком, поэтому решение

* Работа выполнена при поддержке РФНФ, проект № 15-14-54001 «Конфликтный текст в зеркале лингвистического экспертирования: оскорбление, унижение чести и достоинства, порочащая информация в публичной коммуникации региона».

вопроса о вербальной экспликации конфликта приобретает особую значимость в условиях современной коммуникации.

В лингвистической литературе для номинации конфликтного дискурса используются различные термины: встречаются такие словосочетания, как *конфликтное речевое взаимодействие*, *вербальная агрессия*, *речевая агрессия*, *языковая агрессия*, *словесная агрессия*, *патогенная коммуникация*, *негативное речевое воздействие*, *грубость речи*, *инвективы* и т. п. (Сидорова, 2009, с. 28). Тем не менее большинство ученых отмечают нетождественность ключевых понятий «конфликт» и «агрессия». Как правило, термин *конфликт* трактуется достаточно широко. Под ним могут подразумеваться а) идеологический конфликт, т. е. столкновение сторон, состояние противоборства, это особый тип общения, в основе которого лежат реальные или иллюзорные, объективные или субъективные и в различной степени осознаваемые противоречия в целях, намерениях, интересах коммуникантов (Сейранян, 2012, с. 8), б) стратегемный, провокационный конфликт, т. е. коммуникативное событие, где коммуниканты позиционируются как представители разных контекстуальных систем, а язык используется как средство не только контроля и убеждения, но и манипулирования, которое противопоставляется воздействию посредством аргументации, авторитета, физической и психической силы (Сейранян, 2012, с. 20). Второе, коммуникативно-прагматическое, понимание конфликта часто сближается с понятием «вербальная агрессия», целью которой является «стремление изменить протекание процесса коммуникации в нужном адресанту направлении за счет ущемления „коммуникативных прав“ речевого партнера» (Воронцова, 2006, с. 7). Вербальная агрессия признается одним из неконструктивных способов разрешения коммуникативного конфликта (Якимова, 2011, с. 184) в нем присутствуют элементы «обидного общения» и «словесное выражение негативных эмоций, чувств или намерений в оскорбительной, грубой, неприемлемой в данной ситуации форме» (Щербина, 2006, с. 9).

Вербальная агрессия

При оценке некоторого акта коммуникативного поведения как агрессивного учитываются следующие действия: 1) критика личных качеств; 2) критика способностей; 3) критика фактов биографии; 4) критика внешности; 5) проклятия; 6) поддразнивание; 7) насмешка; 8) угроза; 9) ругательство, сквернословие; 10) невербальные зна-

ки (Infante, 1987). В связи с этим лингвисты нередко классифицируют агрессию по формам ее проявления, опираясь на понятие речевого жанра. Так, Ю. В. Щербинина (вслед за Л. М. Семенюк, М. Ю. Федосюком, Т. В. Шмелевой) выделяет такие формы вербальной агрессии, как оскорбление, угроза, грубое требование, враждебное замечание, грубый отказ, порицание (упрек), обвинение и др. (Щербинина, 2006). Причинами агрессивного вербального поведения могут выступать: 1) враждебность по отношению к объекту агрессии, вызванная рядом субъективных, объективных либо ситуативных причин; 2) провокационные действия со стороны объекта агрессии, в том числе агрессивное вербальное поведение; 3) нарушение объектом агрессии концептуальных и ситуативных норм общения, неприемлемое для коммуникатора; 4) низкий уровень речевой и коммуникативной культуры субъекта высказывания (Якимова, 2011).

Н. С. Якимова отмечает, что вербальную агрессию как совокупность преднамеренных действий, направленных на нанесение вреда или ущерба другому лицу при отстаивании своих интересов и позиции, необходимо отличать от феномена языкового насилия, объектом которого выступает обычно широкий и неопределенный круг лиц, на которых оказывается воздействие через СМИ (Якимова, 2011). Несколько иной точки зрения придерживается Н. Е. Булгакова, которая определяет языковое насилие как «эксплицитное (открытое) или имплицитное (скрытое) речевое воздействие на адресата с интенцией либо дискредитировать, добиться его поражения в политической борьбе (в том числе в дискуссии), либо изменить его личностные установки (ментальные, идеологические, оценочные и т. д.)». При этом речевая агрессия – это эксплицитная, а речевое манипулирование – имплицитная форма языкового насилия (Булгакова, 2013, с. 6).

В целом исследователи отмечают, что вербальная агрессия в любых формах ее проявления – вербальной инвективности (оскорбления), вербального насилия или уничижения – препятствует реализации основных задач эффективного речевого взаимодействия и деструктивно воздействует на сознание участников общения, затрудняя полноценный обмен информацией, существенно снижая возможности взаимопонимания коммуникантов и блокируя выработку общей стратегии согласованного взаимодействия (Романов, Романова, 2013, с. 235).

Критерием для определения агрессивности высказываний, выражений, дискурсов считается, по мнению А. А. Романова, Л. А. Романовой, реакция реципиента: «Если высказывания порождают неконтролируемую ответную реакцию жестокости, если наносимый

ими вред выше их „социальной значимости“, то их следует расценивать как агрессию» (Романов, Романова, 2013, с. 238).

Типология конфликтогенных текстов

Лингвистами предлагается разработка типологии конфликтогенных/инвектогенных текстов (высказываний) на основе их структуры, семантики, прагматики, а также других признаков с выделением ядерных и периферийных типов и правового комментария к этим типам. Так, С. В. Сыпченко предлагает следующую типологию инвективных текстов:

1. Тексты (высказывания), инвективные независимо или независимо от интенций говорящего – их инвективная семантика может реализовываться в связи с употреблением инвективной лексики с инвективной целью, что позволяет выявить прагматический анализ текста. К этому типу относятся тексты, в которых инвективный смысл выражен изначально неинвективными нейтральными языковыми средствами, но употребление которых в отрицательно-оценочных суждениях, относящихся к личности в различных ее проявлениях, делает высказывание (текст) инвектогенным. В том и другом случае независимо от намерений говорящего имеет место инвективный результат.
2. Тексты (высказывания) двусмысленные (многосмысленные). Их особенность в непрямом (косвенном) выражении инвективного смысла. Не содержащие прямых оскорблений, отрицательно-оценочных суждений и т. п., они могут нести заряд инвективности в силу применения разного рода коммуникативных стратегий дискредитации, умаления достоинства. Инвективный смысл таких текстов (высказываний) доказуем хотя бы в одном из интерпретационных вариантов. Неоднозначность таких текстов может быть изначальной (по замыслу автора), а также независимой от него.
3. Тексты, инвективность которых лингвистически недоказуема. Это тексты, экспрессивные, стилистически нейтральные, но не содержащие прямых или косвенных отрицательно-оценочных характеристик личности. Такой оценочный компонент содержания предположительно и опосредован экстралингвистическими факторами (Сыпченко, 2000, с. 217–219).

Представленная типология текстов распространяется и на коммуникативные площадки, такие как конкретные печатные или интер-

нет-издания, сетевые ресурсы (страницы, блоги, чаты), совокупность отдельных инициальных текстов, комментариев и цепочек разговоров, которые можно рассмотреть как вполне целостное дискурсивное пространство, имеющее свои стилистические и – шире – коммуникативные особенности, свое узнаваемое «лицо».

Конфликтогенный дискурс Новосибирской области

Анализ конфликтогенной коммуникации Новосибирской области базируется на технологии выявления и описания ведущих речевых интенций в конфликтогенном политическом дискурсе, использованной в коллективной монографии под редакцией Т. Н. Ушаковой, Н. Д. Павловой «Слово в действии. Интент-анализ политического дискурса» (2000) и в ряде других работ (Психологические исследования дискурса, 2002; Ситуационная и личностная детерминация дискурса, 2007; Дискурс в современном мире: психологические исследования, 2011; Психологическое воздействие: механизмы, стратегии, возможности противодействия, 2012). Материалом послужили новостные комментарии в электронных СМИ и блогосфере, а также тексты, которые вызвали судебные иски по делам о защите чести, достоинства и деловой репутации и об экстремизме.

Не вызывает сомнения, что электронные СМИ и блогосфера подвергается модерации высказываний* в той или иной степени активности. Так, например, высокий уровень модерации осуществляется на портале НГС.Новости, средний – на сайте «Тайга.инфо», а паблик† «Типичный Новосибирск» (сетевой проект «ВКонтакте») демонстрирует практически полное ее отсутствие. Нами было установлено, что характер модерации влияет на степень конфликтогенности ресурса и на частотность реализации тех или иных речевых действий.

Высокий уровень конфликтогенности. В паблице «Типичный Новосибирск» используются инвективные языковые средства всех стилистических регистров (разговорные, книжные, нейтральные элементы), лексика, принадлежащая практически всем социальным стратам русского языка: разговорная (*гундеть, жлобиться, одуреть*), просторечная (*оборзеть, гомосек*), грубо-просторечная (*сука, дура, урод, тварь безмозгляя, задолбать*), фамильярная (*сын/сы-*

* Модерация высказываний – это удаление или правка комментариев (их фрагментов), не соответствующих обозначенным правилам интернет-площадки.

† Паблик – публичная страница, мини-блог сообщества.

няра/сына, глупыш, мамака), сленговая (чмырь, тролль, шестерка, лошок, лям, фейк, ололо), матерная и другая субстандартная лексика. Кроме того, используются невербальные знаки инвективного содержания, например: «Роберт, 🖐».

Осознавая табуированный характер матизмов, авторы комментариев часто трансформируют их, удаляя отдельные буквы (ляди малолетние, иди нах) или заменяя их астериксами (е*нулись, ху*ня), точками (п...дец) или другими буквами и символами (плять, ебанутble бjяйтb, нах@й иди). Последние примеры демонстрируют реализацию игровой функции языка. Творческий потенциал конфликтотенной ситуации ярко передают авторские и языковые новообразования: **пидоамериканским** праздником нас точно не напугать; **фотограф – косякопор; совкопоцреот; существа, как сейчас модно говорить – биомусор, который нужно уничтожать, ликвидировать от нормальных людей; жертва горбостройки; путь нищebroда; ололо.**

Стоит согласиться с Н. Е. Петровой и Л. В. Рацибурской, рассмотревшими словообразовательные неологизмы как средство проявления речевой агрессии (Петрова, Рацибурская, 2011). Т. И. Стексова, вслед за Е. А. Земской (1996) подчеркивая, что «политическая коммуникация осуществляется зачастую с помощью сложных приемов манипуляции, частным случаем которой можно считать и словотворчество», отмечает, что современное словотворчество можно интерпретировать как явное проявление инновационности, т. е. способности человека внедрять новое в жизнь. Кроме того, часто используются не только конкретные слова, но и словообразовательные модели (например, трансформы фамилий политиков) или определенная мотивирующая база. Комментаторы «Типичного Новосибирска» реализуют целый спектр интенций агрессивного характера, имеющих высокий заряд враждебности, передающих негативные эмоции:

- 1) критика способностей (*Николай, вроде и очки носите, а видите все равно плохо; Александра, у тебя как раз ума и нет!*)*;
- 2) критика ценности новостного сообщения (*Полный бред; Давайте просто статьи из «Огонька» 80-х репостить, чего натужные креативы на 12 строчек плодить?*);
- 3) критика намерений автора (*Задолбали уже! Хорош пропагандировать Алтай! Скоро и его засрут*);

* Здесь и далее комментарии были подвергнуты корректорской правке в связи с большим количеством опечаток, орфографических и пунктуационных ошибок, затрудняющих чтение.

- 4) критика выбора языковых средств («**Процесс блокинга**», а русскими словами сказать «процесс блокировки или блокирования» уже вообще не можем? Позорище...);
- 5) посылы (Юлия, **вали да подальше!** Стране будет на пользу, если люди, которые везде кричат, что валить отсюда надо, и правда свалят. Вон езжай в цивилизованную Европу к гомосекам и беженцам с арабских государств. Лет через «цать» в гареме будешь у какого-нибудь из них);
- 6) поддразнивание (**Александр, а ты девочка?** Ой... прости. Не хотела обидеть);
- 7) насмешка (В комментариях **флешмоб очевидности** собрался? Потрясающе; Зато «Сибирь» спонсируем, они, видимо, **самые голодные!!!**);
- 8) злобная ирония (А как же наш **крематорий?** По-моему, **это одно из красивейших мест Новосибирска** – в комментарии на новость «10 вещей, которые обязательно нужно сделать туристу в Новосибирске»);
- 9) угроза (Роман, сына, хамишь дяде. **В турма однако поедешь, попа чпок чпок будет; Задолбал, глупыш. На нарах поумнеешь;**
- 10) оскорбление (Единоросы, да вы дол...бы; Михаил, а твоя мама наверно все еще жалеет, что **не сделала аборт, нежели рожать такое ничтожество!** Стыдится, наверно, до сих пор тебя! Ты, наверно, поэтому так остро чувствуешь свою **ущербность**).

Конфликтогенный комментарий может появиться независимо от темы исходного текста: погода (*Мне х*ево от жары*), криминальные новости (*Вы уж извините, но пи...дить таких детей надо*) или спорт (*Позорище! Понабрали мальчиков-мажоров; Фигурное катание [о хоккеестах]; Фуууу ☹ мешки еб*ные*). Кроме этого, подписчики «Типичного Новосибирска» чаще подключаются к дискуссии, если новость имеет негативный, заведомо конфликтный характер. Стоит отметить, что данная особенность характерна для все коммуникационных интернет-площадок.

В целом, по классификации С. В. Сыпченко, паблик «Типичный Новосибирск» можно отнести к пространству публикации «текстов, инвективных зависимо или независимо от интенции их авторов».

Средний уровень конфликтогенности. Комментарии подписчиков новостного сайта «Тайга.инфо» подвергаются не слишком строгой модерации. Редакторы данной коммуникативной площадки пишут: «Мы с уважением относимся к праву каждого человека высказывать свое мнение». Комментаторы получают предупрежде-

ние о том, что «удаляются комментарии, которые нарушают действующее законодательство и содержат: 1) оскорбления личного, религиозного, национального, политического, рекламного и иных характеров; 2) ссылки на источники информации, не имеющей отношения к обсуждаемой теме». При этом редакция «Тайга инфо» «не приветствует призывы к агрессии, экстремизму, межнациональной вражде». В то же время некоторые комментарии не только удаляются целиком, но и частично редактируются, на что указывает реплика подписчика: *МУДУРАТОР! Прекрати подчищать мои комментарии, искажая смысл и суть написанного. Или оставляй как есть, или убирай полностью!*

Нежесткая политика ограничений в выборе языковых средств сближает «Тайгу.инфо» с «Типичным Новосибирском». Здесь также можно встретить графически трансформированную лексику табуированную (*удак), массу новообразований (*коммуняки, путиноиды, либерасты, олимпиада-распилиада, едрасы*) и разнообразных проявлений языковой игры со словом (*Мобыть письма во все инстанции, в коментах, али даже митинг какой сделать. Налепить снеговиков у мэриш, напрымэр; «100 грамм в одни руки» уже было... в середине 90-х... и ЕБНЯ переизбрали на второй срок*).

Однако матизмы в комментариях «Тайги.инфо» отсутствуют, а спектр интенций агрессивного характера по сравнению с «Типичным Новосибирском» резко сужается, лишь изредка используются оскорбительные высказывания (*Глиста Алексеев, лучше помолчите, право, хоть за тихо помешанного, а не идиота, сойдете*) или угрозы (*Свали по-хорошему! А то по плохому монтировкой по калгану получишь*).

В целом преобладают собственно негативные оценки, выраженные в лексически нейтральной форме (хотя часто – графически экспрессивной*), и иронические замечания. Например:

- 1) критика персонажей новостных сообщений (*Синоптики настолько точно предсказали резкое потепление и снег, что руководителям города оставалось только проверить организацию предстоящих авралов, а нет... что коммунистам, что едросам – снег в Сибири вроде неожиданности. Безобразно работаете, чиновники; Качество работы НИЧТОЖНОЕ!!!!!! Такое безразличие и равнодушие в очередной раз проявлено мэрией города*

* Повтор восклицательных или вопросительных знаков, большое количество многоточий, т. е. смайликов, использование прописных букв и др.

Новосибирска; Лет 15–18 назад Яблоко, по моему тогдашнему мнению, была одной из самых здоровых партий в России. Я даже был в ней тогда. Потом что-то случилось и Яблоко превратилось в **невнятную кашу, плывущую по течению**);

- 2) критика других комментаторов (Сдается мне, что **подлость и извращенное сознание** – на самом деле у вас... А еще **агрессия и ненависть** ко всем и всему; **Глупый** ты человек, Кащей. И даже в том, как ты себя величаешь, видно, что **глупый** ты безнадежно. Сидишь тут на сайте и обличаешь всех, а сам **трус законченный**);
- 3) ирония (Ничего, **вам за работу сегодня отрубями отсыпят**. – Крайне завидую вам, что вы не в курсе, что голодающие люди в России есть. И что таких людей много. Если вы с ними не знакомы, если вокруг вас только сытые и довольные жизнью, то я вам даже где-то завидую. Я вот не в таком благополучном районе живу, у нас тут много и бедных людей. – **Вы с Зимбабве пишете?**).

Для выражения злобной иронии авторы используют:

- а) грубо-просторечную лексику (УН^{*} **пузо** набито санкционными продуктами. Все не влезли, оставшиеся сложил в пакетик);
- б) переносные (метафорические или метонимические) преобразования (Ну-ну. Знаете Турцию. Судя по говорку – специалист по бардаку. Два раза **тело съездило в Турцию** и считает себя великим путешественником);
- в) провокационные приемы (Вот что смотрящему от мэрии не понравилось в этом плакате? Ума не приложу Ничего оскорбительного... ему же усики не подрисовали);
- г) высказывания оскорбительного характера (По части бреда, вы его несете в Тайге, как я заметил, в больших количествах и по любому поводу. Я то понимаю, где живет Анна, поскольку Турцию хоть немного, но знаю, в отличие от вас. Пошел, говорите, диалог, это вы его ведете, что ли? Без меня-то политики, конечно, договорятся, но ваше слово будет, безусловно, учтено. А граждане сверхдержавы, если и побили окна в посольстве, так они на то и граждане, имеют право выразить свое мнение, в отличие от вас, явно не гражданина. Это так, Кащей или **Аписторх**, как там вас?).

В последнем случае оскорбительный потенциал создается за счет фонетической аллюзии с латинским названием паразитических

* N – фамилия новосибирского чиновника.

червей *opisthorchiasis* и названием болезни *описторхоз*, бытующем в речи россиян.

Помимо указанных, в конфликтном диалоге появляются и другие интенции, которые имеют двоякую направленность: с одной стороны, на выражение негативных эмоций и оценок, а с другой – на установление конструктивного диалога, преодоление конфликтной ситуации как в рамках обсуждаемой темы, т. е. за пределами блога, так и в самом процессе ведения разговора. В большом количестве представлены следующие речевые действия:

- 1) советы, предложения (*Я даже комментировать не стану всю эту вашу, простите, чушь. Вам совет – не читайте сайт типа CONT. Это фэйковые сайты для таких, как вы – запуганных и неустово ждущих апокалипсиса. И еще – не путайте WORD TANKS с реальностью*);
- 2) выражение недоумения, непонимания, удивления (*Честно признаться, я не понял, что вы написали и о чем вообще; Удивляет, какими дружными стадами они выползают на все мероприятия, связанные с погромами*);
- 3) собственно вопросы и вопросы риторического характера (*Лучше объясните мне логику этих автовладельцев, с утра видящих, что творится со снегом и что он не прекращается, и всё равно садящихся в свои автомобили, чтобы заполнять собой пробки; А почему я не могу повторять то, в чем уверен и что видно невооруженным взглядом? Странно было бы сначала писать одно, а потом другое?*).

Блогосферу новостного сайта «Тайга.инфо», по классификации С. В. Сыпченко, можно отнести к площадке для публикации двусмысленных (многозначных) текстов. Комментаторы часто не высказывают прямых оскорблений, отрицательно-оценочных суждений, однако диалогические цепочки в целом несут довольно высокий заряд инвективности, который не всегда нейтрализуют позитивные, примиряющие комментарии.

Низкий уровень конфликтности. Несмотря на довольно жесткие правила ведения дискуссии, информационный портал «НГС. Новости» является привлекательной площадкой для выражения своего мнения. Например, новостное сообщение «Сам ты Наташа. Запретили самые популярные у новосибирцев летние курорты – названы страны, которые заменят сибирякам пляжи Турции и Египта» получило 1139 комментариев. Редакция портала призывает к тому, «чтобы все дискуссии строились на принципах взаимного уваже-

ния, конструктивного обмена мнениями и ценной информацией», и предупреждает, что «у незарегистрированных комментаторов удаление комментария происходит без предупреждения и объяснения причин». Зарегистрированные пользователи, если их комментарий удален, получают автоматическое письмо с объяснением причины удаления. Все причины – всего их около 30 – разделены на семь групп, среди причин названы: грубость, ругательства, большое количество ошибок, разжигание ненависти, призывы к нарушению законодательства, некорректная критика НГС и журналистов, использование клавиши CAPS LOCK, многочисленных восклицательных и вопросительных знаков.

Обозначенные запреты и, главное, практика удаления комментариев постепенно сформировала у жителей Новосибирска и Новосибирской области дополнительные варианты в выборе речевых стратегий ведения конфликтной дискуссии. Анализ показал, что можно выделить два ведущих кластера речевых интенций у комментаторов «НГС.Новости» – констатирующие и регулирующие конфликт.

К констатирующим конфликт речевым действиям относятся:

- 1) подробное описание проблемной ситуации, аналогичной заявленной в новости или конкретизирующей ее (*Живу у трассы в Советском районе – мне ночью техника мешала спать – ездят с 00 часов, мигают маячками – встал подсчитал – 5 единиц проехало.*);
- 2) выражение негативных эмоций в связи с проблемной ситуацией (*А ведь реально, ходовку на выброс, по таким дорогам ездить просто страшно, возюкают лужи этими КАМАЗами, а лед убирать и не собираются, ночью сколько езжу, видел лишь 1 грейдер, это как называется? Сейчас приехал с центра, кое-где кое-как почистили, из-за колеи не могут нормально срезать эти наросты на проезжей части, а что творится на неосновных улицах города, так и говорить страшно, а именно Дуси Ковальчук, Богдана Хмельницкого, Объединения, Макаренко, ехать просто нереально, кто за это отвечать должен?*);
- 3) выражение недоумения, непонимания причин происходящего (*Только что по Б. Богаткова прошли четыре автомашины ЗИЛ с ковшами и щетками. Может, я чего-то не понимаю? Какая цель этой прогулки техники? Ведь после нее остается все, как и было. Абсурд.*).

Активное использование высказываний, регистрирующих непонимание/недоумение, свидетельствует как о снижении степени кон-

фликтогенности данного портала, так и постепенном замещении высокоагрессивных средств низкоагрессивными.

В качестве развернутого примера такого цивилизованного, культурного ведения конфликтной дискуссии приведем интервью с новосибирским преподавателем-филологом Н. Ласкиной «Жить без государства» (электронный ресурс). Содержание статьи носит явно конфликтный характер: интервьюируемая недовольна сложившейся системой филологического университетского образования, поэтому «решила покинуть университет, чтобы создать лучшую альтернативу изжившей себя учебной системе».

Отметим ведущее средство выражения недовольства, негативных эмоций и отрицательных оценок: высокий индекс употребления слов *понимать/понятно/понятный* или *не понимать/непонятно/непонятный* (18 раз на текст из 2777 слов). Например:

- Студенты **не понимают**, зачем они учатся кроме того, как получить корочку; преподаватели **не понимают**, зачем они учат именно так, притом что все они знают, что надо совсем не так; а что **понимает** администрация – **непонятно** никому, потому что оттуда нам говорят только о том, как заполнять бесконечные документы, – никто не говорит о целях.
- И людей, конечно же, не спросили: хотите ли вы, чтобы эти деньги шли на образование ваших детей или на что-то еще **непонятное**?

Помимо слова «понимать» и его производных, широко используются все другие лексемы со значением процесса или результата когнитивной деятельности: *знать, осознавать, слышать/слушать, видеть, говорить, думать* и др. Например:

- Мне кажется, власть тоже сама **не знает**, что ей нужно от университета и науки; это не такое **осознанное** демоническое насилие над истиной, это просто беспомощность.
- Люди приходят на спектакль, они **видят**, что это что-то странное, и они **не знают**, как реагировать на странное, они пугаются, начинают что-то об этом писать, агрессивно говорить... Но чтобы выразить свое впечатление, нужно нечто большее, чем просто «какой ужас», да?
- Все **думающие** родители сегодня ведут детей к репетиторам.
- Многие люди, **не умея говорить** от себя, заимствуют чужие высказывания и мнения. Как научить человека **думать и говорить** самостоятельно?

Конфликт как противодействие двух сторон маркирован в данном тексте лексическим противопоставлением: власть и, как следствие, ученики – студенты – родители *не понимают, не знают, не видят*, а интервьюируемый и его команда, наоборот, *понимают, знают и видят*. См. примеры, описывающие вторую позицию:

- *Я совершенно точно знаю: чтобы человек научился писать, он должен много читать. Чтобы человек научился говорить, он должен **слушать**.*
- *Три года назад я думала, что надо бы всем нам объединиться и обсудить, зачем и что мы делаем. Но за три года стало **понятно**, что этого не произойдет.*
- *И если раньше эта система еще как-то работала, то потом стало **понятно**, что постепенно она работать перестает, потому что опирается на советскую школу – на ту старую традицию, внутри которой люди более или менее читали с детства; примерно половина студентов тогда брали в руки необходимые книги уже во второй раз. Так было еще пятнадцать лет назад.*

Не случайно кульминационным моментом в данном интервью оказывается фрагмент, в котором используются лексемы *глухота* и *немота*^{*}:

- *Но сопротивляться надо не ей. Сопротивляться надо **глухоте и немоте**. Людей выводить из этого состояния. И если для этого надо, допустим, где-то перестать говорить на актуальную тему – может быть, надо и перестать. Если человек, как только при нем произносят слово «Сирия», например, вдруг теряет способность **слышать**, то, может быть, не надо с ним **говорить** об этом какое-то время? Надо искать такие точки, где у людей есть реальный опыт, и о нем говорить сначала; не о том, что для них часто абстракция.*

Вернемся к обсуждению стратегий комментаторов «НГС.Новостей». Часто непонимание одних участников диалога вызывает советы других или же комментатор вначале выражает недоумение, задает вопрос, а затем сам же на него отвечает. Другими способами регулирующих действий, т. е. ведущих к разрешению ситуации или речевого конфликта, являются ирония, языковая игра, утешения, а также оправдания. Приведем примеры:

* *Глухота* и *немота* (особенно существующие совместно) здесь символизируют полное отсутствие когнитивных способностей.

- 1) советы, предложения (*Народ, я вот одного не понимаю: все автомобилисты видят, что пробки в городе каждый день, когда сильно снег идет, но продолжают упорно садиться и ехать на авто по своим делам... Какой резон стоять в пробке, если можно на ОТ + метро с пересадками передвигаться по городу быстрее? Можно еще пользоваться электричками, например, тем, кто живет на Первомайке и в Академе. Сами себе усложняете жизнь.*);
- 2) утешения (*Каждый год это повторяется, ничего страшного, господа!*);
- 3) незлобная ирония (*Спасибо мэру Локтю за оперативную уборку улиц от снега! И спасибо всем, кто голосовал за него по принципу «кто угодно, лишь бы не ЕР»; Не зря я, видимо, себе зимние кроссовки купила, еще и лыжные палки приобрету, для безопасной ходьбы.*);
- 4) языковая игра, шутка (*«Летом говорили, что у нас ямы по локоть, а теперь говорят, что у нас кочки по локоть». И мэру у нас тоже... Локоть... Кочки по Локоть и ямы по Локоть – это сильно!*);
- 5) оправдания, объяснения (*Господа, я тот самый машинист грейдера, который должен чистить дороги, только я уже на заслуженной пенсии, а молодежь, она идет служить по контракту, там хорошо, а чистить снег, да еще по ночам, здоровье терять... вот и некому работать на уборке.*).

В целом, по классификации С. В. Сыпченко, информационный портал «НГС.Новости» можно отнести к пространству публикации «текстов, инвективность которых лингвистически недоказуема».

Выводы

Итак, конфликтный интернет-дискурс Новосибирской области зависит от работы модераторов, что выражается как собственно в процессе удаления комментариев на новостных сайтах, так и в наборе тех стратегий, которые используются авторами в текстах комментаторов. В паблике «Типичный Новосибирск» присутствует самый широкий набор речевых интенций агрессивного характера: критика разнообразных объектов, послылы, поддразнивание, насмешка, злобная ирония, угроза, оскорбление; используются средства всех стилистических регистров и страт русского языка (мат, грубо-просторечный пласт, разговорные элементы, жаргон). В комментариях

новостного сайта «Тайга.инфо» преобладают собственно негативные оценки, выраженные в лексически нейтральной форме, и иронические замечания, а также появляются и другие интенции, которые направлены на установление конструктивного диалога. Комментаторы информационного портала «НГС.Новости» преимущественно используют констатирующие и регулирующие конфликт речевые стратегии; к первым относятся описание проблемной ситуации, приведение конкретных примеров, критические замечания, выражение отрицательных эмоций и недоумения, непонимания, ко вторым – оправдания и примирения, шутки, языковая игра, а также незлобная ирония. При этом независимо от выбранной коммуникационной интернет-площадки большой интерес у комментаторов вызывают те новости, публикации, которые имеют высокий негативный заряд, описывают конфликтную ситуацию.

Литература

- Булгакова Н. Е.* Словесные ярлыки как средство языкового насилия (на материале российского политического дискурса XX–начала XXI века): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Абакан, 2013.
- Воронцова Т. А.* Речевая агрессия: коммуникативно-дискурсивный подход: Автореф. дис. ... докт. филол. наук. Челябинск, 2006.
- Гостев А. А., Соснин В. А., Степанов Е. И.* На путях становления отечественной конфликтологии // Психологический журнал. 1996. Т. 17. С. 110–128.
- Дискурс в современном мире: психологические исследования / Отв. ред. Н. Д. Павлова, И. А. Зачесова. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2011.
- Ласкина Н.* Жить без государства. URL: <http://sib.fm/interviews/2015/09/21/zhit-bez-gosudarstva> (дата обращения: 20.07. 2015).
- Латынов В. В.* Конфликт: протекание, способы разрешения, поведение конфликтующих сторон // Иностранная психология. 1993. Т. 1. С. 87–93.
- Лингвистика на службе гражданского общества: методология лингвистического диагностики социальных процессов в регионе. Омск: Изд-во Омского гос. ун-та, 2013.
- Лукашевич Е. В.* Технологии воздействия и взаимодействия в региональном политическом дискурсе // Филология и человек. 2011. №4. С. 58–69.
- Павлова Н. Д.* Особенности речевого поведения в конфликтных обсуждениях // Ушакова Т. Н. и др. Ведение политических дискуссий. Психологический анализ конфликтных выступлений

- Психологический анализ конфликтных выступлений. М.: Академия, 1995. С. 68–95.
- Петрова Н. Е., Рацибурская Л. В. Язык современных СМИ. Средства речевой агрессии: Учеб. пособие. М.: Флинта, 2011.
- Психологические исследования дискурса / Отв. ред. Н. Д. Павлова. М.: Пер Сэ, 2002.
- Психологическое воздействие: механизмы, стратегии, возможности противодействия / Под ред. А. Л. Журавлева, Н. Д. Павловой. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012.
- Резанова З. И. Семиотическая репрезентация национально-культурной идентичности в тексте города // Вестник Томского гос. ун-та. Культурология и искусствоведение. 2012. №3 (7). С. 19–26.
- Романов А. А., Романова Л. А. Речежанровая специфика эмоциогенного фактора вербальной агрессии // Лингвистика речи. Медиастилистика: коллект. монография, посвященная 80-летию проф. Г. Я. Солганика. М.: Флинта, 2013. С. 233–245.
- Салимовский В. А., Толстикова В. С. Дискурс враждебности в интернет-портале mail.ru: региональные разделы. URL: http://grant.rfh.ru/sys/a/= @2Fsys@2F@3Fbatch_apply_to_all@3D0@26context@3D_anonymous~@26field@3Denb_filew@26in_db@3D1@26key_vals@3D__2HXjW00IqQsW0A01Bs2aLb00~~~@26subop@3dui@26table@3dmain@2eenpublication@26target@3dlob/download.pdf (дата обращения: 17.12.2015).
- Сейранян М. Ю. Конфликтный дискурс: социолингвистический и прагмалингвистический аспекты. М.: Прометей, 2012.
- Сидорова Е. Ю. Вербальная агрессия как коммуникативно-прагматическое явление // Вестник Томского гос. ун-та. 2009. № 319. С. 28–31.
- Ситуационная и личностная детерминация дискурса / Под ред. Н. Д. Павловой, И. А. Зачесовой. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007.
- Слово в действии: интен-анализ политического дискурса / Отв. ред. Т. Н. Ушакова, Н. Д. Павлова. СПб.: Алетей, 2000.
- Стексова Т. И. Словотворчество как проявление политических пристрастий // Сибирский филологический журнал. 2012. № 4. С. 201–207.
- Сыпченко С. В. О типах инвективных текстов как объекта лингвистической экспертизы // Юрислингвистика-2: Русский язык в его естественном и юридическом бытии: межвуз. сб. научн. трудов. Барнаул: Изд-во Алтайск. ун-та, 2000. С. 213–221.

Раздел 3

Тубалова И. В., Эмер Ю. А., Перевалова Д. А. «Конфликтогенный текст»: когнитивные и языковые особенности порождения (экспериментальное исследование) // Вестник Томского гос. ун-та. 2012. № 365. С. 33–38.

Щербинина Ю. В. Вербальная агрессия. М.: УРСС, 2006.

Якимова Н. С. Вербальная агрессия как актуальный феномен современного общества // Вестник КемГУ. 2011. № 1. С. 184–187.

Infante D. A. Aggressiveness // Personality and interpersonal communication. Newbury Park, CA: Sage, 1987. P. 157–192.

Влияние силовой диспозиции на когнитивные и дискурсивные компоненты взаимодействия в процессе экстремальных переговоров*

В. А. Цепцов, В. В. Цулина

Изучение роли когнитивных и дискурсивных факторов в процессе переговоров имеет большое значение как для понимания фундаментальных психологических процессов и явлений (общение, принятие решения, соотношение субъективного и социального), так и для практики урегулирования отношений в политике, управлении (Kremenuk, 1991). К экстремальным переговорам мы относим те, которые проходят в кризисной ситуации, когда стороны находятся в условиях угрозы личной или общественной безопасности.

Целью нашего исследования было изучение роли когнитивных и дискурсивных факторов в процессе взаимодействия на переговорах с различной силовой диспозицией. Роль силовой диспозиции особенно важна для понимания динамики переговорного процесса в кризисной ситуации, связанной с безопасностью сторон и высокой ответственностью за последствия переговоров. Существует разновидность переговоров, когда силовая позиция стороны, в значительной степени превышающая силовую позицию другой стороны, становится базовым элементом, определяющим ультимативный характер переговоров, например, возможность безоговорочной капитуляции.

Переговоры включают множество этапов, но одним из главных является выбор верной стратегии или верных способов конкретного взаимодействия.

Стратегия переговоров – это продуманный до начала переговоров стиль взаимодействия, череда применяемых тактических действий. Стратегией обычно называют долговременный план мероприятий и действий, которые должны привести к глобальной цели.

* Работа выполнена в соответствии с Государственным заданием ФАНО РФ № 0159-2016-0009.

Если говорить о психологической стороне стратегии переговоров, то следует отметить, что она всегда строится на прошлом опыте, в этом ее достоинства и недостатки. К достоинствам относится, прежде всего, то, что она всегда основывается на успешном прошлом опыте, т. е. проверенном в деле. Недостаток стратегии, как правило, состоит в том, что она противоречит действию по ситуации, спонтанному. Переговоры осуществляются в ситуации определенной силовой диспозиции сторон и представляют собой сложную, малоизученную динамическую систему, в которой изначально, на субъективном и социальном уровне, у представителей сторон существуют ограничения в виде целей и планов, а также психологических составляющих: когнитивных моделей и схем, дискурсивных конструкторов (Tseptsov, 1993; Цепцов, Куарье, 1997).

В исследованиях переговорного процесса нами был выявлен набор типичных сценариев (Цепцов, 2001), которые характеризуют ситуацию в целом. В психологической интерпретации это означает набор условий, соотносящихся с устойчивой поведенческой схемой, которая актуализируется при наличии необходимого набора внешних стимулов.

Ментальная схема, или модель, в нашей работе трактуется как разновидность имплицитной теории, формирующейся в процессе социализации и регулирующей отношения между сторонами на переговорах. Такая имплицитная теория предполагает наличие набора «аксиом» взаимодействия, которые стороны принимают и без которых переговоры невозможны. Аксиомы или нормы взаимодействия влияют на выбор тех или иных действий в ходе переговоров, их обусловленность когнитивными и дискурсивными компонентами. В определенной мере устойчивость или изменчивость исходных положений на переговорах зависит от того, какой тип взаимодействия возникает между сторонами. Принято в качестве основных различать интегративное взаимодействие, ведущее к взаимовыгодному результату, или дистрибутивное, – ведущее к разграничению и разделу того, что будет принято каждой стороной как результат. В нашей модели, помимо предметной стороны переговоров, мы стремимся также изучить психологическую сторону взаимодействия и то, какие дискурсивные или когнитивные компоненты способны изменить динамику переговоров, их направление или результат.

Общая схема переговорного процесса отражена на рисунке 1, где задача и внешние условия в наибольшей мере связаны с диспозиционными характеристиками, однако необходимо учитывать

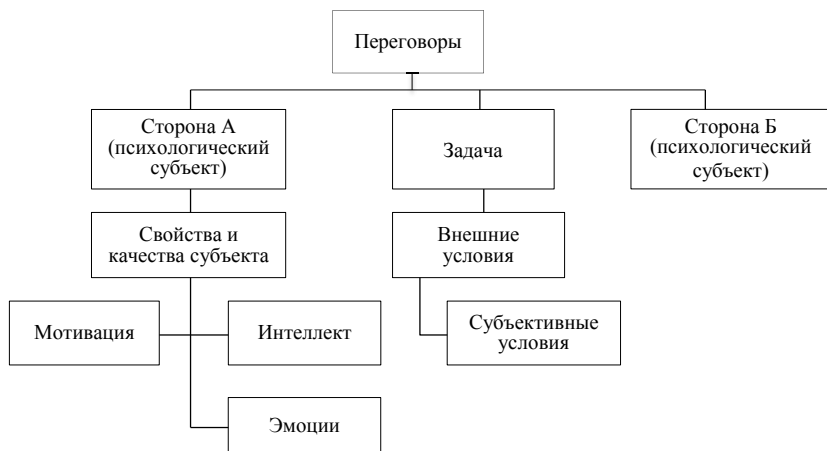


Рис. 1. Схема основных структурных блоков переговоров

и то, как эти диспозиционные характеристики воспринимаются субъектами.

Проблема взаимодействия в современной психологической литературе представлена достаточно широко и охватывает большой диапазон явлений, нежели те, которые наблюдаются в переговорном процессе (Ломов, 1984). Некоторые из них были изучены в контексте переговоров, и это придает им особое значение для нашей работы. В некоторых исследованиях, например, указывается, что эмоциональные компоненты выражаются невербальным способом и не могут быть включены в контекст переговоров прямо (Jordan, Roloff, 1997). Такая точка зрения характерна для дискурсивного подхода, согласно которому переговоры рассматриваются в контексте языковой прагматики (Павлова, 2007; Павлова, Григорьева, 2014). С нашей точки зрения, для изучения переговоров необходима модель, которая дает представление о целостном процессе, в который включены различные психологические переменные, даже если они на уровне теории традиционно разносятся по различным блокам моделей психологической системы.

Межличностное взаимодействие эмоционально окрашено и оказывает существенное влияние на тактические приемы в процессе переговоров и на исход переговоров в целом. Изучение роли эмоциональной экспрессии стало особенно заметным в последние годы (Barry et al., 2006). В то же время необходимо отметить, что эмоциональные реакции на переговорах рассматриваются только как со-

проводящие знаки, поддерживающие или уточняющие дискурс. Это отличается от нашей модели, в которой взаимодействие рассматривается как многоплановый процесс, в котором предметное и межличностное – это распределенные составляющие единой структуры отношений.

В нашем исследовании использовался предварительный структурный анализ сценариев, направленный на выявление соотношения дискурсивных и когнитивных компонентов. В контексте переговоров мы стремились вскрыть имплицитную типологию взаимодействия, лежащую в основе практических разработок и существующих моделей. В частности, мы провели категориальный анализ сценариев, мотивационно-целевых паттернов, которые выделяются в качестве существенных факторов, влияющих на результат переговоров. Это было необходимо для того, чтобы выделить в сценарии набор переменных для последующих экспериментальных исследований. Всего было проанализировано 28 сценариев.

В процессе исследования структуры сценариев мы выделили основные переменные, структурирующие процесс переговоров. Первая переменная – силовые характеристики сторон. Представление о силе на переговорах напрямую связано с предметным содержанием задачи переговоров. На политических переговорах это соотношение количества сторонников, административных позиций и др. На переговорах экстремальных это соотношение сил, параметры ограничений на выбор тактик и время, отведенное на решение задачи переговоров.

Примеры сценариев, в которых силовая диспозиция выражена наиболее отчетливо, приведены ниже.

«Под пистолетом» – главным условием для использования данного сценария является очевидный и значимый перевес сил. Применяется данный сценарий, как правило, в том случае, когда одна из сторон, по ее представлению ситуации и задачи переговоров, имеет возможность выдвигать предложения в форме односторонних требований. Этот сценарий реализует в большинстве случаев дистрибутивный подход к решению.

Противоположный сценарий – «вдовы и сироты» предполагает обратную расстановку сил. Основным смыслом тактики воздействия – это монотонное выпрашивание уступок у другой стороны при делегировании, или, точнее сказать, навязывании ей силовой позиции.

Важнейшей составляющей силовой позиции на переговорах выступает также информационное преимущество, которое позволяет одной из сторон более точно планировать и прогнозировать

процесс переговоров и процесс решения задачи. Еще одна существенная переменная раскрывает взаимозависимость сторон и необходимость взаимодействия. Взаимодействие может улучшать состояние вовлеченных в переговоры сторон или, что встречается чаще, улучшать состояние одной из сторон и ухудшать положение другой, т. е. главная характеристика – это изменение исходного состояния, которое не устраивает одну или обе стороны, на другое состояние. Предметная задача переговоров имплицитно имеет решение и, следовательно, это задача, которая может быть решена посредством изменения психологического состояния лиц, вовлеченных в решение задачи.

В целом мы придерживаемся структурной модели переговорного процесса, предложенной ранее:

$$SV = \langle EU, PC, SA, S \rangle$$

Субъективная ценность исхода = \max (Полезность) + \max (Личная консистентность) + \max (Социальная приемлемость) + \max (Безопасность).

Особенность переговоров в кризисной ситуации, прежде всего, меняет последнюю составляющую модели. Сюда относятся такие случаи, когда первые три компонента будут зависеть от последней, и их совокупный вклад в представление о субъективной ценности исхода будет меньше. Эта структурная модель позволяет разложить любую задачу переговоров на составляющие, соотносящиеся с субъективными представлениями о ней. В свою очередь, в зависимости от конкретных условий задачи переговоров составляющая «безопасность» может включать личную безопасность. Субъективная ценность исхода таких переговоров будет в большей мере определяться соображениями безопасности, а полезность и другие компоненты получать пониженные коэффициенты.

В процессе анализа переговорных сессий нами были выделены два стиля взаимодействия. Во-первых, суггестивно-дискурсивный, который характеризуется выработкой общего языка и может быть соотнесен с «семиозисом» У. Эко (Есо, 1964). Суггестивный стиль характеризуется эмоциональным «давлением», опирающимся преимущественно на экстралингвистические средства. Во-вторых, аргументативный стиль, который, напротив, опирается преимущественно на информационно-логическое представление задачи переговоров и в целом близок к совместному решению предметной задачи. На языковом уровне, согласно нашей гипотезе, первый стиль чаще сопровождается императивными конструктами и кванторами

долженствования, в то время как второй включает больше диалогических конструктов, содержащих вероятностную модальность. Эти отличия должны проявляться в динамике изменений в исходных предложениях сторон, которая должна быть несимметричной в первом случае и симметричной во втором.

Суггестивный тип чаще становится предметом исследования как средство, модулирующее тактики или стратегии. Один из основных выводов, который подтвержден экспериментально, указывает на то, что демонстрация суггестивного типа взаимодействия стимулирует приход сторон к соглашению. Следует заметить, что подавляющее большинство исследователей изучает, в первую очередь, приход к соглашению, а не совместное решение задачи переговоров. Попытки изучить переговоры, в которых ставится дистрибутивная задача, довольно редки, однако в междисциплинарной «конфликтологии» такие задачи являются основным предметным содержанием, а переговорный процесс рассматривается как один из периферических компонентов. Это же относится к исследованиям, которые изучают эффекты суггестивного стиля в политическом, экономическом или социально-регулятивном взаимодействии. В экстремальных условиях использование переговоров не всегда возможно, в то же время практика взаимодействия организаторов демонстрации, например, и сил правопорядка может иметь положительный эффект и широко применяться в странах с высоким уровнем социальных свобод (Clemen, 1996).

В экспериментальном исследовании были изучены особенности взаимодействия на переговорах с поставленной экспериментатором задачей. Экспериментальная гипотеза исследования была направлена на выявление того, какой стиль переговоров – суггестивный или аргументативный – ведет к более высоким результатам (по показателям исхода и времени, затраченного на переговоры) и как он связан с исходной позицией стороны: сильной или слабой.

Силовая позиция одной из сторон, в соответствии с нашим предположением, позволяет использовать суггестивный стиль. Однако это может повлечь симметричный ответ, что приведет к ухудшению проработки задачи.

Исследование проводилось в рамках предложенной нами композитной модели переговоров (Цепцов, 2007). Композитная модель, в отличие от моделей экономической полезности, позволяет изучать психологическую детерминацию в ходе таких специфичных форм взаимодействия, как обмен или конфликт. Основные компоненты модели приведены ниже. Это:

- Субъекты, обладающие собственным восприятием ситуации, целями, мотивами.
- Процесс обмена информацией, в котором две или более стороны делают серии предложений и принимают решения, ведущие к достижению компромисса или преимуществам одной из сторон.
- Предложения – интенциональные высказывания, которые могут не совпадать с реальными целями.
- Аргументы, эмоциональные средства и другие формы сопровождения предложений, дополняющие их.
- Пространство (интервал) переговоров, обладающее объективной или субъективной метрикой.
- Решения, включающие оценку предложений и заключение соглашения.
- Соглашение, которое заключается в пространстве целей и может не соответствовать исходным значениям.

В соответствии с данной моделью характеристика силовой позиции влияет на выбор стиля – суггестивного или аргументативного, – и в случае выраженной силовой позиции на переговорах используется суггестивный стиль.

Методика

Эксперимент проводился в вузе г. Москвы (68 женщин, 47 мужчин, возраст 24–32 года). Для анализа было отобрано 79 экспериментальных материалов, которые были полными и не содержали существенных ошибок.

Для анализа влияния силовой позиции на выбор стиля переговоров была модифицирована ранее предложенная методика имитационного моделирования переговоров.

В ходе исследования участники экспериментальной пары ведут переговоры о распределении средств, выделенных для оплаты участия в эксперименте – 300 руб. в каждой сессии.

Результат контролировался фиксацией выдвигаемых предложений (сопровождаемых количественным показателем цели) и анализом конфигурации пространства решения задачи. Результат переговоров вычислялся как процент распределенного бюджета. Качественный анализ был направлен на выявление стилевых характеристик взаимодействия, которые стимулировали или затрудняли решение задачи в условиях различных силовых позиций.

План эксперимента был 2-факторным (стиль переговоров суггестивный/аргументативный), варьировался с сильной или равной стартовой позицией. Сила стартовой позиции задавалась инструкцией. Инструкция с сильной позицией была следующей: «Сторона А предлагает распределить 300 руб. следующим образом: 70% получает сторона А, 30% получает сторона Б. Стороны могут выдвигать свои предложения об изменении. Окончательный вариант должен быть принят сторонами». Инструкция с равными позициями: «Участники переговоров получают 300 руб. для распределения. Стороны могут выдвигать свои предложения об изменении. Окончательный вариант должен быть принят сторонами».

На переговоры отводилось 30 минут. Процесс переговоров фиксировался видеозаписью. Перед переговорами участники определяли уровень своей цели. По ходу переговоров они отмечали очередной согласованный показатель. В конце фиксировались окончательные результаты.

Измерение результата переговоров осуществлялось как разница между исходной и окончательной целями, выраженной в процентах.

Суггестивный или аргументативный стиль определялся на основе языковых и невербальных маркеров, выраженных в ходе переговоров.

Все видеозаписи были подвергнуты анализу тремя независимыми экспертами. Предварительно они были обучены выявлению маркеров, соответствующих категориям анализа, в ходе переговоров. Единицами анализа была суггестия или аргументация, в качестве маркеров использовались вербально выраженные предложения о причинах предполагаемого результата (аргументация) или побуждение к результату (суггестия). Для каждого высказывания эксперты определяли, был ли в нем аргументативный стиль (1) или суггестивный (0) стиль сделанного предложения. Совпадение трех оценок означало наличие стиля. Если один из экспертов фиксировал наличие стиля, а двое других – не фиксировали, то отмечалось отсутствие стиля. На этапе обучения эксперты тренировались выявлять аргументацию и суггестию. Все трое обрабатывали одну запись до тех пор, пока не был получен значимый показатель согласованности оценок.

Высказывание получало статус аргументативного, если в нем содержалось эксплицитное изложение причин, подтверждающее предложение, сделанное стороной. Высказывание получало статус суггестии, когда в нем содержалось утверждение необходимости принять предложение без указания причины.

В процессе переговоров когнитивные и дискурсивные особенности коммуникации влияют на познавательные процессы и поведение каждой стороны. Значимая связь может существовать между отдельными измерениями, что влечет за собой зависимость наблюдений. Для того чтобы учесть это влияние, был использован статистический анализ ANOVA (2-рядная) для выявления межгруппового (сильная стартовая позиция/нейтральная позиция) и внутригруппового (суггестивный стиль/аргументативный стиль) взаимодействия. Выявления дополнительных связей осуществлялось с использованием дескриптивной статистики.

Дисперсионный анализ ANOVA показал, что в парах, где переговоры шли в условиях силовой диспозиции, чаще использовалась суггестия ($M=6,13$; $SD=1,52$), что значительно отличается от переговоров в парах с равными силовыми позициями ($M=3,72$; $SD=1,19$); $F(1,38)=8,49$; $p<0,01$.

Участники пар, в которых превалировал суггестивный стиль взаимодействия, чаще встречались в группе представителей с силовой диспозицией ($M=6,44$; $SD=1,36$) в отличие от участников переговоров в условиях нейтральной силовой диспозиции, в которых наблюдался преимущественно аргументативный стиль ($M=4,07$; $SD=1,38$); $t(35)=3,15$; $p<0,001$. Можно сделать вывод, что в парах с заданной силовой диспозицией переговоры осуществлялись или суггестивно, или в условиях отсутствия значимо выраженного стиля взаимодействия. В парах, ведущих переговоры в условиях равных силовых позиций, чаще использовалась аргументация, а применение суггестивных приемов встречается реже, что указывает на более частое использование аргументативного стиля в этой группе.

Аргументативный стиль ведения переговоров оказывал меньшее влияние на результат переговоров, чем суггестивный стиль по показателю распределения средств между участниками, т. е. по исходу переговоров. Влияние аргументации можно охарактеризовать как нейтральное, что указывает на более привычный характер такого взаимодействия в ситуации переговоров.

Использование суггестивного стиля взаимодействия на переговорах влекло за собой больше значимых вариаций в результатах по сравнению с аргументативным стилем – $F(1,33)=8,66$, $p<0,01$. Этот результат, с нашей точки зрения, находит объяснение в том, что суггестивное взаимодействие на переговорах в большей мере затрагивает личностные свойства участников, создает дополнительную дисперсию за счет неясности в решении задачи и «силовой» борьбы за результат.

В целом суггестивные приемы взаимодействия имели больший вес в группе с заданной силовой диспозицией ($M=8,71$; $SD=6,98$), чем в группе равных силовых позиций ($M=5,66$; $SD=4,32$). В этой группе участники реже использовали аргументированные предложения, не стремились доказать верность решения задачи переговоров, чаще отвергали предложения другой стороны лишь на основании силовой диспозиции – их меньшей важности.

В целом из результатов экспериментального исследования следует, что использование суггестивного стиля связано с ситуацией силовой диспозиции и в значительной мере составляет целостную поведенческую модель, что проявляется в «сценариях» переговоров, используемых как часть стратегии переговоров. Также примечателен факт, что эффект от применения такого стиля уменьшался в том случае, когда он противоречил нормативному стилю взаимодействия, принятому в повседневном взаимодействии.

Суггестивное взаимодействие может влиять на интерпретацию и обработку информации в ходе переговоров. Помимо этого, суггестивное взаимодействие может использоваться как средство внушения тех или иных представлений, провоцирующее другую сторону отреагировать незапланированным способом. Суггестивный стиль может стать деструктивным, если выходит за пределы культурных и социальных норм делового общения.

С точки зрения психологических механизмов реализации, суггестивный стиль взаимодействия может быть произвольным или непроизвольным.

Непроизвольный суггестивный стиль на переговорах является спонтанным, преимущественно невербальным средством взаимодействия и отношения представителя к предложениям и контрагенту. Непроизвольный суггестивный стиль детерминирован психологическими свойствами индивида и является частью личностного стиля общения.

Произвольный суггестивный стиль на переговорах является тактическим приемом, целенаправленно демонстрируется представителем в рамках выбранной стратегии, и регулируется ситуативной обратной связью.

В противоположность суггестивному стилю, который не предполагает аналитического представления решения задачи и используется как средство оптимизации принятия или выбора предложения активной стороны переговоров, аргументативный стиль раскрывает содержание предметной задачи и предлагает одно или несколько решений, проработанных сторонами совместно.

Согласно имеющимся данным, аргументативный стиль чаще приводит к лучшим решениям и оптимизирует последствия переговорного процесса. Как и позитивные эмоции, аргументативный стиль чаще сопряжен с кооперативными тактиками, приводит к высоким показателям результата переговоров, их позитивной оценке. В предшествовавших исследованиях была показана связь между аргументативным стилем и творческим подходом к решению задачи переговоров, генерированием большего числа альтернатив, фокусированием на взаимовыгодных решениях. Было также показано, что аргументативный стиль позволяет прогнозировать исход с более высокими показателями результата переговоров, а интенсивная проработка повышает вероятность соглашения на дистрибутивных переговорах.

Суггестивный стиль оказывает положительное влияние на переговорах. Демонстрация лидерства и эмоционального давления увеличивает возможность соглашения в том случае, когда одна из сторон считает себя слабой (Sinaceur, Tiedens, 2006). Аргументативный стиль письменных переговоров, напротив, чаще приводит к уступкам, чем суггестивный.

Качественный анализ видеоматериалов выявил заметную связь суггестивного стиля с эмоциональными реакциями (преимущественно негативными, отвергающими подобный стиль) и в группе с силовой диспозицией, и в группе с равными позициями. Это связано также с нормативностью стиля, как типичной формой взаимодействия в переговорном процессе. Нормативной формой переговоров в рамках имплицитной теории является обмен предложениями и учет позиций сторон, если силовые позиции сторон приблизительно равны.

Анализ роли силовой диспозиции показывает, что данный параметр является одним из важнейших для переговоров, в которых силовая диспозиция очевидна. В таком случае высока вероятность, что переговоры будут разворачиваться в режиме типичного сценария. Это, безусловно, будет влиять на ход переговоров, определять ожидания сторон, выбор тех или иных альтернатив и тактик поведения.

Аргументативный стиль на переговорах оказался более свойственным для выборки в целом. Для многих участников исследования «переговоры» – это не что иное, как аргументированное обсуждение их задачи. В большинстве случаев в ситуации силовой диспозиции сторона, не обладающая силовым преимуществом, демонстрировала аргументативный стиль, что, с точки зрения практики переговорного процесса, является ошибочным приемом.

Следует отметить, что качественные характеристики «силы» могут быть различными в зависимости от задачи и социального контекста переговоров. Так, наше исследование роли корпоративного статуса на переговорах по распределению ресурсов показало, что статус оказывает значимое влияние на поведение участников и результат переговоров. Это влияние, в частности, позволяет сократить время переговоров, но в то же время может оказывать как положительный, так и отрицательный эффект.

В зависимости от задачи «сила» выражается превосходством в наиболее значимых для ее решения ресурсах: финансовых, человеческих, технических и др. В зависимости от социального контекста превосходство может быть обусловлено внешними, косвенными по отношению к задаче переговоров характеристиками: принадлежностью к доминирующей социальной группе, медиаподдержкой и др. В проведенном экспериментальном исследовании силовая диспозиция была задана структурой задачи переговоров. В одном случае задача переговоров содержала условие о равном распределении сил, во втором – один из участников был наделен правом силовой позиции.

Сравнение влияния статусной диспозиции и силовой диспозиции на переговоры подтверждает значимость этих параметров как для динамики, так и для результата. В то же время представление о статусной диспозиции оказывает большее влияние в том случае, когда у участников переговоров имеется когнитивная предрасположенность (установка) соответствующего типа. При силовой диспозиции влияние в большей мере обусловлено реальной структурой задачи, отношением между сторонами, свойствами сторон.

Дальнейшее изучение когнитивных и дискурсивных особенностей проявления стилей взаимодействия на переговорах требует выявления роли личностных качеств в выборе стиля взаимодействия, а также связи такого стиля с профилем личности в целом.

Литература

- Ломов Б. Ф. Методологические и теоретические проблемы психологии. М.: Наука, 1984.
- Павлова Н. Д. Новые направления исследований в психологии речи и психолингвистике // Психологический журнал. 2007. Т. 28. № 2. С. 19–30.
- Павлова Н. Д., Григорьева А. А. Интенциональные модели психологического воздействия в дискурсе массмедиа // Психологическое воздействие в межличностной и массовой коммуникации / Отв.

- ред. А. Л. Журавлев, Н. Д. Павлова. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014. С. 45–53.
- Цепцов В. А., Куарье П.* Когнитивная модель аргументации // Психологический журнал. 1997. Т. 18. № 1. С. 32–45.
- Цепцов В. А.* Аргументативные схемы политического выступления: динамика и связность когнитивной репрезентации // Материалы конференции Российского общества психолингвистики. М., 1997.
- Цепцов В. А.* Психология общения для менеджеров. Руководство по ведению переговоров. М.: Пер Сэ, 2001.
- Цепцов В. А.* Психологические детерминанты переговоров: индивидуальные особенности целеполагания // Общение и познание / Отв. ред. В. А. Барабанщиков, В. С. Самойленко. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. С. 274–299.
- Barry B., Fulmer I. S., Goates N.* Bargaining with feeling: emotionality in and around negotiation // L. L. Thompson (Ed.). Negotiation theory and research. N. Y.: Psychosocial Press, 2006.
- Clemen R. T.* Making Hard Decisions: An Introduction to Decision Analysis, 2nd Ed. Belmont. CA: Duxbury Press, 1996.
- Eco U.* A Theory of Semiotics. Bloomington: Indiana University Press, Metz, 1964.
- Jordan J. M., Roloff M. E.* Planning skills and negotiator goal accomplishment: The relationship between self-monitoring and plan generation, plan enactment and plan consequences // Communication Research. 1997. V. 24. P. 31–63.
- Kremenuk V. A.* International Negotiations, Analysis, Approaches, Issues. San Francisco, CA: Jossey-Bass, 1991.
- Sinaceur M., Tiedens L. Z.* Get mad and get more than even: When and why anger expression is effective in negotiations // Journal of Experimental Social Psychology. 2006. V. 42 (3). P. 314–322.
- Tseptsov V.* Text based probabilistic representation: Effects of the uncertainty and rhetoric arguments // Proceedings of the 6th Conference of the ESCP. Elsinore, Denmark, 1993.

АННОТАЦИИ

Раздел 1

ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ ДЕТЕРМИНАЦИИ ДИСКУРСА

Понимание собеседника в процессе диалога

Н. Д. Павлова, И. А. Зачесова, Т. А. Гребенщикова

На основе метода интен-анализа осуществлено изучение интенциональной структуры речевого взаимодействия в условиях повседневного бытового общения, консультативной психологической практики, научных обсуждений, интерактивных радио и телепрограмм. Описаны типовые компоненты интенциональной структуры диалога и основные линии их модификации в конкретном коммуникативном контексте. Получены данные к оценке значимости механизма интенционального согласования реплик. Показано, что значимым фактором понимания интенций собеседника выступает способ их речевого выражения и условия предъявления вербального материала. По итогам исследования обосновано положение о выражении и распознавании интенций как необходимой основе взаимопонимания, координации действий, достижения целей говорящих.

Ключевые слова: диалог, речевое взаимодействие, речевые интенции, понимание, интен-анализ.

Comprehension of partner in dialogue

N. D. Pavlova, I. A. Zachiosova, T. A. Grebenshikova

The article deals with the intentional aspects of dialogue. Using various analytical tools of intent-analysis the authors describe intentional struc-

ture of speech interaction. Both typical intentional characteristics of dialogue and its modification in various communication contexts are revealed on the basis of authentic conversations, TV and radio debates, scientific discussions, psychotherapeutic interviews etc. The study gives the examples of comprehension of actual speakers' intentions by the partner. Incorrect comprehension of speakers' intentions and its manifestation on various levels of dialogue organization is also explored. Such factors of comprehension as partners' attitudes, transparency, intensity and extensivity of intention's speech manifestation are shown. On the whole, the study examines the fundamental functions of speech intentions in communication: language forms selection, the achievement of communicative goals, partners' comprehension of each other.

Keywords: dialogue, speech interaction, speech intentions, comprehension, intent-analysis.

Интенциональная организация дискурса повседневного общения незнакомых людей

И. А. Зачесова, Т. А. Гребенщикова, Т. А. Кубрак

В работе рассматриваются особенности интенциональной организации и функционирования повседневного дискурса между незнакомыми людьми в разных социально-коммуникативных ситуациях. Для выявления интенционального своеобразия диалогов использовался метод интент-анализа. Показано, что диалоги, записанные в ситуациях формального и неформального общения, различаются не только по представленности в них ведущих интенциональных направленностей (ВИН), но и по выраженности формирующих ВИН актуальных интенций собеседников. Также обнаружено, что при формальном взаимодействии ВИН собеседников различаются у носителей разных социальных и коммуникативных ролей.

Ключевые слова: повседневный дискурс, формальное и неформальное взаимодействие, диалог, интенции, коммуникативная ситуация.

The speech intentions organization in the daily discourse of the communication between strangers

I. A. Zachiosova, T. A. Grebenshikova, T. A. Kubrak

The study is focused on the characteristics of discursive intentional organization and daily discourse functioning among strangers in the different communicative situations. The intent-analysis is applied to define the in-

tentional structures of the dialogues. It is shown that informal and formal dialogues vary on the main intentional orientations (MIO) and intentional units of the lower hierarchical level. The difference between communicants' MIOs is found to be related to the types of communicative role.

Keywords: formal communication, informal communication, daily discourse, dialogue, intention, communicative context.

Психодиагностика дискурсивных способностей: опыт разработки методических средств

А. Н. Воронин

Статья посвящена диагностике дискурсивных способностей, которые определяются как способности к освоению и реализации дискурсивных практик и представляют собой операционализированную часть коммуникативной компетенции, которая позволяет человеку инициировать, поддерживать, развертывать и завершать процесс общения, используя при этом языковые средства, соответствующие ситуации. В статье приводятся этапы разработки методики диагностики дискурсивных способностей от пилотного проекта до эмпирически верифицированного варианта. Описаны два варианта методики: англоязычная версия методики диагностики дискурсивных способностей при освоении английского языка как иностранного и русскоязычная версия на материале повседневной лексики.

Методики диагностики дискурсивных способностей могут быть использованы для оценки эффективности деятельности человека в различных сферах, требующих вербального взаимодействия: эффективное установление контактов между людьми, быстрые взаимодействия с людьми различных социальных групп, ведение переговоров, улаживание конфликтов, адекватное понимание устных и письменных обращений.

Ключевые слова: дискурсивные способности, познавательные способности, интеллект, креативность, дискурс.

Psychodiagnostics discursive capabilities: experience in developing teaching tools

A. N. Voronin

Article devoted to the diagnosis of discursive capabilities. Discursive capabilities are defined as the abilities to absorb and implement discursive practices and operationalized part of communicative competence. Discursive capabilities to enable a person to initiate, maintain, deploy and

complete the process of communication, using the language tools, appropriate to the situation. This article describes discursive capabilities test and design various stages from pilot project to empirically verified option.

The article describes two variants of tests: English-language version of test capability during the development of English as a foreign language and Russian-language version of the discursive capabilities test on the everyday vocabulary material.

The tests can be used to assess the effectiveness in various areas requiring verbal interaction: establishing effective contacts between people, fast interaction with people of different social groups, negotiation, resolving conflicts, an adequate understanding of oral and written applications.

Keywords: discursive capability, cognitive capability, intelligence, creativity, discourse.

Роль дискурсивных способностей в овладении иностранным языком

А. Н. Воронин, Н. Б. Горюнова

В статье раскрывается понятие дискурсивных способностей человека как *индивидуально-психологических особенностей успешного овладения дискурсивными практиками*, связанными с когнитивной, личностной и интенциональной структурами. Согласованное взаимодействие этих структур обеспечивает эффективность коммуникативной деятельности. Рассматривается значимость дискурсивных способностей человека в ходе изучения английского языка. Предпринимается попытка определить дискурсивную способность как способность *оперирования различными формами дискурса* и умение быстро переключаться с одного вида дискурсивной практики на другой. Показано, что развитые дискурсивные способности позволяют добиваться более эффективного взаимодействия и адекватного взаимопонимания между участниками процесс обучения.

Ключевые слова: обучаемость, дискурсивные способности, когнитивный ресурс, дискурсивная практика, личностные свойства, интенции.

Role of discursive abilities in study of a foreign language

A. N. Voronin, N. B. Goryunova

In article the concept of discursive abilities of the person as individual and psychological features of successful mastering the discursive practices, connected with cognitive, personal and intentional structures re-

veals. The coordinated interaction of these structures provides efficiency of communicative activity. The importance of discursive abilities of the person is considered during English studies. An attempt to determine discursive abilities as abilities of operating by various forms of a discourse and ability quickly to switch over from one type of discursive practice to another is made. It is shown that the developed discursive abilities allow to achieve more effective interaction and adequate mutual understanding between participants training process.

Keywords: learning ability, cognitive resource, discursive abilities, discursive practice, personal properties, intensions.

Комментарий как форма дискурса профессионального виртуального сообщества (на примере IT)

A. С. Сергеева, Б. А. Кириллов, Е. Ю. Воронина

В статье рассматриваются дискурсные практики профессионального виртуального сообщества (на материале крупнейшего IT-сообщества России Habrahabr.org), представленные в виде развернутых комментариев на заданные участниками сообщества темы. Показано, что ключевым содержанием дискурса сообщества является профессиональная тематика и направленность на обмен и распространения знания внутри сообщества. Также обнаружено, что комментарии носят интердискурсивный характер и репрезентируют не только содержание профессиональной деятельности участников сообщества, но и конструируют групповую идентичности через противопоставление участников сообщества внешним, отвергаемым группам.

Ключевые слова: профессиональный дискурс, критический анализ дискурса, сообщества совместной практики, виртуальные сообщества, дискурс IT, комментарии, дискурс о Другом.

Comments as a form of IT-professionals Virtual Community Discourse

A. S. Sergeeva, B. A. Kirillov, E. Yu. Voronina

This paper analyses the discursive practices of professional virtual community (based on collection of comments from Russian biggest IT-community Habrahabr.org). We use the combination of methods to show the key concepts of following discourse, which describes the discourse's professional and knowledge-sharing orientation. We also show the interdiscursive nature of comments which can be used to construct the group

identity via contrasting the community members and “others” from outside the community.

Keywords: professional virtual community, community of practice, professional communication, CDA, IT discourse, discourse of Others.

Интенциональные категории повседневного дискурса в студенческой среде

В. А. Афиногенова, Н. Д. Павлова

В статье представлен словарь интенциональных категорий, характерных для неформального повседневного дискурса в студенческой среде. С использованием данного словаря проведено исследование интенциональной организации речевого взаимодействия собеседников и получены новые данные, касающиеся формирующихся в последовательности реплик интенциональных паттернов (Афиногенова, 2015; Афиногенова, Павлова, 2015). Словарь может быть полезен при изучении других видов дискурса и содействовать разработке типологии речевых интенций. Его могут использовать также практикующие психологи и психотерапевты для организации взаимодействия и оказания помощи в осознании клиентом своих интенций.

Ключевые слова: дискурс, виды дискурса, повседневный дискурс, интенции, интент-анализ.

Intentional categories of students' everyday discourse

V. A. Afinogenova, N. D. Pavlova

This article describes intentional categories of students' everyday discourse. Using this list of intentional categories both organization of speech interaction and intentional patterns of students' dialogues were explored. The list can be used to assess speech intentions in other types of discourse. It can be useful to practical psychologists and psychotherapists for assistance in understanding by the client of his intentions.

Keywords: discourse, types of discourse, daily discourse, intention, intent-analysis.

Раздел 2
**ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ЭФФЕКТЫ
ДИСКУРСИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ**

**Субъект в информационной коммуникации:
закономерности психологического воздействия СМИ**

Л. В. Матвеева

В статье обосновывается психологическая модель взаимодействия человека с информационным пространством, предложенная автором. Представлены результаты исследований, проведенных на основе данной модели, посвященные самовыражению личности в информационной коммуникации, личностным особенностям телеведущих и образной регуляции опосредствованного общения.

Ключевые слова: глобализация информационного пространства; межличностное и опосредствованное общение; психологическая модель взаимодействия субъектов информационного пространства; восприятие эмоций в информационной коммуникации; самовыражение личности в телекоммуникации; личностные особенности телекоммуникатора; образная регуляция опосредствованного общения.

Basic Trends in Research of Media Communication Psychology

L. V. Matveeva

The present paper reveals basic trends of psychological studies in media communications conducted in Russia, in particular, at Lomonosov MSU. The principal researchers, engaged in the field, are introduced: A. A. Leontyev, N. N. Bogomolova, O. T. Melnikova, L. V. Matveeva. The model of human interaction with media space, suggested by L. V. Matveeva, is considered in detail. The paper presents principal results of investigation, undertaken on the basis of the present model, and focused on personality self-expression within telecommunication, as well as characteristic features of telecommunicator and image regulation of mediated intercourse. There also presented some trends in development of media psychology in present day research: a study of reception and recognition of emotions in media communication; the problem of informational-psychological security of spectator; the image of Russia offered by mass media.

Keywords: globalization of media (informational) space; psychology of media communications; inter-personal and mediated intercourse; TV

and advertisement communication; a psychological model of interaction of spectator with media space, developed by L. V. Matveeva (the model of “three Russian dolls”); reception of emotions in media communication; the image of Russia offered by mass media; personality self-expression in telecommunication; personality features of communicator; image regulation of mediated intercourse.

Пол как фактор эффективности дискурсивного воздействия

В. В. Латынов

Изучалось влияние пола объекта воздействия на эффективность дискурсивного воздействия. Показано, что пол человека – объекта воздействия является фактором, влияющим на эффективность приемов объяснения неэтичного поведения. Различия между мужчинами и женщинами обнаружены по двум направлениям: ранговому порядку этих приемов и сравнительной эффективности каждого приема. Таким образом, женщины оказались сильнее подвержены действию дискурса, апологизирующего неэтичный поступок. Вместе с тем, следует отметить, что степень влияния пола на эффективность воздействия приемов объяснения оказалась относительно невысокой.

Ключевые слова: дискурсивное воздействие, психологическое воздействие, пол, эффективность воздействия, апологизация, неэтичное поведение.

Gender as a factor of the effectiveness of discursive influence

V. V. Latynov

This study examined the effect of sex object impact on the efficiency of the discursive influence. Our research has shown that a person’s sex – the object of influence is a factor in explaining the effectiveness of apologization of unethical behavior. Differences between men and women were found in both directions of comparison: the rank order of these methods of apologization and the comparative effectiveness of each methods. Thus, women proved stronger than exposed to discourse apologization of unethical behavior. However, it should be noted that the degree of influence of sex on the efficiency of discourse apologization was relatively low.

Keywords: discursive influence, psychological influence, gender, the effectiveness of influence, apologization, unethical behavior.

Воздействие метафоры в научном психологическом дискурсе

К. И. Алексеев

Статья является продолжением нашего исследования по использованию в научном дискурсе такого средства воздействия, как пресуппозиция (Алексеев, 2014). Анализируются такие метафоры научного психологического дискурса, как «психологические законы», «психологические механизмы», «внутренний мир» (внутренняя сущность). Проанализированы их пресуппозиции и те результаты, на которые нацелено воздействие: всеобщность знания для метафоры «психологические законы», неизменность изучаемой реальности для метафоры «психологические механизмы», ненаблюдаемость психических явлений для метафоры «внутренний мир» (внутренняя сущность). Сформулированы положения о возможности использования альтернативных метафор в научном психологическом дискурсе – например, отказ от механистической метафоры и замена ее на организмическую («психологическая организация»).

Ключевые слова: метафора, пресуппозиция, научный дискурс, воздействие, психологические законы, психологические механизмы, психологическая организация, внутренний мир (внутренняя сущность).

Influence of metaphors in a scientific psychological discourse

K. I. Alekseyev

This article is continuing our research on use in a scientific discourse of such instrument of influence as a presupposition (Alekseev, 2014). Such metaphors of a scientific psychological discourse as “psychological laws”, “psychological mechanisms”, “inner world” (internal essence) are analyzed. Their presuppositions and those results at which influence is aimed are analyzed: generality of knowledge for a metaphor “psychological laws”, an invariance of the studied reality for a metaphor “psychological mechanisms”, not observability of the mental phenomena for a metaphor “inner world” (internal essence). Regulations on possibility of use of alternative metaphors in a scientific psychological discourse are formulated – for example, refusal of a mechanistic metaphor and its replacement on organismic (“the psychological organization”).

Keywords: metaphor, presupposition, scientific discourse, influence, psychological laws, psychological mechanisms, psychological organization, inner world (internal essence).

Эффекты и закономерности подпорогового воздействия (анализ литературных источников)

В. В. Латынов

В статье рассмотрены современные исследования подпорогового воздействия. Выделены когнитивные, эмоциональные и поведенческие эффекты воздействия подпороговых стимулов. Выявлены факторы, повышающие эффективность подпорогового воздействия. Рассмотрена проблема защиты от подпорогового воздействия, приведены примеры успешного противодействия воздействию подпороговых стимулов.

Ключевые слова: подпороговое воздействие, психологическое воздействие, подпороговые стимулы, эффективность воздействия, аттитюды.

The effects and patterns of subliminal influence (review of foreign studies)

V. V. Latynov

The article discusses modern studies of subliminal influence. The author distinguishes the cognitive, emotional and behavioral effects of subliminal stimuli. The author reveals the factors which increase the effectiveness of subliminal influence. The author considers the problem of protection against subliminal effects and examples of a successful response to the effects of subliminal stimuli.

Keywords: subliminal influence, psychological influence, subliminal stimuli, the effectiveness of influence, attitudes.

Психологическое воздействие государственного праздника на личность

А. М. Борисова, М. И. Воловикова

Статья посвящена анализу психологических проблем, связанных с изменениями календаря государственных праздников. Приводятся данные об особенностях возникновения и символического значения празднования некоторых государственных праздников в разные исторические периоды нашей страны и о влиянии, которое они оказывают на личность. Отмечается особая роль государственных праздников, которая состоит в формировании гражданской и культурно-исторической идентичности, в преемственности исторической памяти и воспитании нравственно-этических ценностей.

В статье изложены основные результаты эмпирического исследования условий принятия личностью нового праздника, выявлен факт не сложившегося еще образа праздника «4 ноября» как дня народного единства, однако наблюдается и некоторая позитивная динамика в развитии этих представлений. Делается вывод о необходимости разработки специальных программ с участием психологов при внесении изменений в государственный праздничный календарь, имеющий большое значение для психологического благополучия и консолидации граждан.

Ключевые слова: психологическое воздействие, личность, государственный праздник, социальные представления, историческая память, гражданская идентичность, культурная преемственность.

The psychological effects of state holiday on personality

A. M. Borisov, M. I. Volovikova

The article presents the analysis of psychological problems caused by changes in the public holiday calendar. It gives the information about some peculiarities of state holidays (their beginning and symbolic meaning) celebrated at different historical periods of our country and their effect on personality. The special role of public holidays is to create civic and cultural-historical identity, in the continuity of the historical memory and in the raising moral and ethical values. The article describes the main results of empiric study of conditions in which a new holiday is accepted by a person; it was revealed that the image of the holiday on November, 4 as a day of national unity hadn't been formed yet, but there is some positive dynamics in the development of people's attitude to this holiday. It is concluded that it is necessary to develop special programs with psychologists' participation in amending the national holiday calendar which is of great significance for psychological well-being and consolidation of the citizens.

Keywords: psychological effect, personality, state holiday, social representations, historical memory, civic identity, cultural continuity.

Раздел 3
ДИСКУРС
И ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ
БЕЗОПАСНОСТЬ

**Модификация интенционального пространства
в постсобытийном интернет-дискурсе**

Т. А. Гребенщикова, Н. Д. Павлова, В. А. Афиногенова

В статье рассматриваются результаты исследования постсобытийного дискурса, функционирующего в российской зоне интернета. Эмпирическую базу исследования составили комментарии и обсуждения посетителей информационно-новостных и информационно-развлекательных сайтов 2013–2015 гг. Представлены общие характеристики интернет-дискурса, включая нормы взаимодействия и специфичные для опосредованного интернетом общения коммуникативные явления. С помощью интен-анализа выявлены интенции исходного новостного и последующего постсобытийного дискурсов. По результатам их сопоставления оценен качественный сдвиг оценок, относящихся к референциальным объектам интернет-дискурса.

Ключевые слова: постсобытийный дискурс, интернет-дискурс, коммуникация, интенции, интен-анализ.

**The intentional space modification
of the post-eventual internet discourse**

T. A. Grebenshikova, N. D. Pavlova, V. A. Afinogenova

The results of the study on post-eventual discourse functioning at Russian Internet zone are discussed in the paper. The empirical base consisted of comments and discussions at News and Entertainment web sites that were published in 2013–2015. The main characteristics of the Internet discourse including communication norms and specific Internet mediated phenomena are represented. The Intent-analysis was applied to define the speech intentions manifested in both original news and post-eventual discourses. The comparison of speech intentions is resulted to the shift estimation of the mentioned discursive objects.

Keywords: post-eventual discourse, internet discourse, communication, speech intentions, intent-analysis.

Информационно-психологическая безопасность в кинодискурсе: состояние проблемы

Т. А. Кубрак

В статье представлены результаты разработки проблемы информационно-психологической безопасности в кинодискурсе. Медиатизация современного общества и глобализация его информационного пространства остро ставят проблему информационно-психологической безопасности, связанную напрямую с воздействием средств массовой коммуникации, картина мира, создаваемая которыми, все больше определяет видение людьми окружающей реальности. Анализируются различные аспекты информационно-психологической безопасности в кинодискурсе, намечаются пути ее обеспечения на уровне личности и общества; уделяется особое внимание вопросам психологической защиты человека от негативных информационных воздействий.

Ключевые слова: информационно-психологическая безопасность, кинодискурс, психология дискурса, психологическое воздействие масс медиа, психологическое воздействие кино, национальная безопасность, психологическая защита, психология кино.

The problem of information and psychological security in cinema discourse

T. A. Kubrak

This article presents the results of development of the problem of information and psychological security in cinema discourse. Mediatization of modern society and globalization of information space raise the problem of information and psychological security that related directly to the impact of the mass media. Today mass media more and more defines the vision of the surrounding reality.

The article analyzes the various aspects of information and psychological security in cinema discourse, and the ways of security at the level of the individual and society; special attention is paid to the psychological defense of the individual from the negative impact of information.

Keywords: information and psychological security, cinema discourse, psychology of discourse, psychological impact of mass media, psychological impact of the films, national security, psychological defense.

**Воздействие компьютерных игр на детей и подростков
в аспекте информационно-психологической
безопасности**

*Л. В. Матвеева, А. Г. Макалатия, Т. Я. Аникеева, Ю. В. Мочалова,
О. И. Маховская, Е. Е. Петракова*

В работе описываются психологические аспекты взаимодействия субъектов массовой медийной коммуникации, а именно, коммуникатор, реципиент и средство коммуникации, передающее информацию. Анализируются уровни воздействия позитивного и негативного медиаконтента на психику человека, а также описываются примеры классификаций компьютерных игр и рассматриваются психологические аспекты формы и содержания компьютерных игр с точки зрения воздействия на физическое, психическое, морально-нравственное и духовное здоровье детей и подростков.

Ключевые слова: субъекты медийной коммуникации, коммуникатор, реципиент, средство передачи информации, типология компьютерных игр, уровни воздействия медиаконтента на детей и подростков.

**The impact of computer games on children and adolescents:
in the aspect of psychological security**

*L. V. Matveeva, A. G. Makalatiya, T. Ya. Anikeeva, Yu. V. Mochalova,
O. I. Mahovskaja, E. E. Petrakova*

This article describes the interaction of media communication's subjects – the Communicator, the Recipient and the Mean of communication, which pass information from the Communicator to the Recipient. The authors analyze the levels of influence of positive and negative components of the media content on the human psyche. Also the article contains examples of classifications of computer games and analysis psychological aspects of the form and content of computer games, namely, as they affect physical, mental, moral and spiritual health of children and adolescents.

Keywords: the subjects of media communication; the Communicator; the Recipient; the Means of passing information; typology of computer games; the levels of influence of media content on children and adolescents.

**Конфликтный дискурс в коммуникативном Пространстве
(на материале Новосибирской области)**

Е. Г. Басалаева, М. А. Лаппо

Данная статья представляет собой анализ комментариев новостных сайтов Новосибирской области. Авторы установили, что в настоящее время пространство электронных и печатных СМИ и блогосферы подвергается модерации в той или иной степени активности, при этом характер модерации влияет на степень конфликтности ресурса и на частотность реализации тех или иных речевых стратегий и тактик. В немодерируемых публичных страницах присутствует самый широкий набор речевых интенций агрессивного характера: критика разнообразных объектов, послы, поддразнивание, насмешка, злобная ирония, угроза, оскорбление; используются средства всех стилистических регистров и страт русского языка (матизмы, грубо-просторечная лексика, разговорные слова, жаргонизмы). В комментариях новостных сайтов со средним уровнем модерации преобладают собственно негативные оценки, выраженные в лексически нейтральной форме и иронические замечания, а также имеются и другие речевые интенции, которые направлены на установление конструктивного диалога. Комментаторы информационных порталов с высоким уровнем модерации используют преимущественно констатирующие и регулирующие конфликт речевые стратегии; к первым относятся описание проблемной ситуации, приведение конкретных примеров, критические замечания, выражение отрицательных эмоций и недоумения, непонимания, ко вторым – оправдания и примирения, шутки, языковая игра, а также незлобная ирония.

Ключевые слова: речевая агрессия, конфликтогенный текст, оскорбление, унижение чести и достоинства, интолерантность, материалы СМИ и блогосферы Новосибирской области, речевая стратегия, речевая тактика.

**Conflict discourse in communicative sphere
(based on material of Novosibirsk region)**

E. G. Basalaeva, M. A. Lappo

In this article the analysis of news comments of Novosibirsk region are considered. Authors conclude that now days the sphere of electronic and printed media and blogs is exposed to moderation in a various degree

of activity, thus the nature of moderation influences the degree of conflictogenity of the resource and the frequency of various speech strategies and tactics. A wide range of aggressive of speech intentions, such as criticism of various objects, messages, tease, sneer, spiteful irony, threat, and insult are exposed on public pages. All means of stylistic registers and parts of Russian (such as foul language/obscene vocabulary, rough and colloquial expressions, colloquial words, and jargons) are also used. Negative estimations which are expressed in lexically neutral form and ironical remarks prevail in news comments with the average level of moderation. Other speech intentions which aim to establish of constructive dialogue are also used in comments. Commentators of information sites with a high level of moderation mainly use stating and conflict regulating speech strategies. Stating strategies include the description of a problem, adducing specific examples, critical remarks, expression of negative emotions, and bewilderment. Conflict regulating strategies contain excuses, reconciliations, jokes, play of words, and unmalicious irony.

Keywords: speech aggression, conflict-generating text, assault, humiliation of honor and dignity, intolerance, materials of mass media and blogs of Novosibirsk region, speech strategy, speech tactics.

Влияние силовой диспозиции на когнитивные и дискурсивные компоненты взаимодействия в процессе экстремальных переговоров

В. А. Цепцов, В. В. Чулина

В статье представлены результаты исследования роли когнитивных и дискурсивных факторов в процессе экстремальных переговоров. Данный вид коммуникации – это сложная динамическая система, включающая когнитивную модель, ситуативные дискурсивные конструкторы и ограничения, заданные целями и планами. В инструкции были заданы сильная или равные стартовые позиции. В результате анализа хода переговоров выделены два стиля взаимодействия: суггестивный и аргументативный. Было выявлено, что в группе с силовой диспозицией преобладают суггестивные приемы взаимодействия. В группе с нейтральной диспозицией – аргументативные. Показана статистически значимая связь между наличием силовой диспозиции и суггестивным стилем взаимодействия.

Ключевые слова: переговоры, безопасность, психология речи, аргументация, эксперимент, стиль взаимодействия.

Effect of forceful disposition and cognitive-discursive components on the extremal negotiations

V.A. Tseptsov, V.V. Tsulina

The article presents the results of study, which examined the role of cognitive and discursive factors in the process of negotiation. This type of communication – is a complex dynamic system, including the cognitive model, situational discourse constructs and constraints defined by objectives and plans. Experimental investigation varied a forceful or equal starting position at the negotiation. Two styles of interaction were identified: suggestive and argumentative. It was found that in the group with the forceful disposition prevailed suggestive methods of interaction. In the group with a neutral disposition – argumentative. Statistically significant link between the presence of forceful dispositions and suggestive style of interaction have been confirmed.

Keywords: negotiations, security, psychology of speech, argumentation, experiment, interactionism.

Научное издание

Серия «Труды Института психологии РАН»

ПСИХОЛОГИЯ ДИСКУРСА

проблемы детерминации, воздействия, безопасности

Редактор – О. В. Шапошникова

Оригинал-макет, обложка и верстка – С. С. Фёдоров

Лицензия ЛР № 03726 от 12.01.01

Издательство «Институт психологии РАН»

129366, Москва, ул. Ярославская, д. 13

Тел.: +7 (495) 682-61-02

www.ipras.ru; e-mail: vbelop@ipras.ru

Сдано в набор 29.05.16. Подписано в печать 06.06.16. Формат 60×90/16

Бумага офсетная. Печать офсетная. Гарнитура ГТС СНАРТЕР

Уч.-изд. л. ???; усл.-печ. л. 20. Тираж ??? экз. Заказ

**КНИГИ ИЗДАТЕЛЬСТВА
«ИНСТИТУТ ПСИХОЛОГИИ РАН»**

2016 г.

- Социально-психологические исследования города / Отв. ред. Т. В. Дробышева, А. Л. Журавлев. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2016. 267 с. (Психология социальных явлений)
- Соснин В. А. Психология терроризма и противодействие ему в современном мире. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2016. 344 с. (Психология социальных явлений)
- Актуальные проблемы психологии труда, инженерной психологии и эргономики. Выпуск 7 / Под ред. А. А. Обознова, А. Л. Журавлева. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2015. 520 с. (Труды Института психологии РАН)
- Психологические исследования личности: история, современное состояние, перспективы / Отв. ред. М. И. Воловикова, А. Л. Журавлев, Н. Е. Харламенкова. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2016. 448 с. (Труды Института психологии РАН)

2015 г.

- Актуальные проблемы психологии труда, инженерной психологии и эргономики. Выпуск 7 / Под ред. А. А. Обознова, А. Л. Журавлева. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2015. 509 с. (Труды Института психологии РАН)
- Семья, брак и родительство в современной России. Выпуск 2 / Под ред. А. В. Махнач, К. Б. Зуева. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2015. 408 с.
- Взаимоотношения исследовательской и практической психологии / Под ред. А. Л. Журавлева, А. В. Юревича. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2015. 574 с. (Методология, теория и история психологии)
- Воронин А. Н. Дискурсивные способности: Теория, методы изучения, психодиагностика. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2015. 176 с. (Методы психологии)
- Шендяпин В. М., Скотникова И. Г. Моделирование принятия решения и уверенности в сенсорных задачах. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2015. 201 с.
- Взаимоотношения исследовательской и практической психологии / Под ред. А. Л. Журавлева, А. В. Юревича. М.: Изд-во «Институт

- психологии РАН», 2015. 574 с. (Методология, теория и история психологии)
- Психология – наука будущего: Материалы VI Международной конференции молодых ученых «Психология – наука будущего» / Под ред. А. Л. Журавлева, Е. А. Сергиенко. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2015. 592 с.
- Современное состояние и перспективы развития психологии труда и организационной психологии: Материалы международной научно-практической конференции / Отв. ред. Л. Г. Дикая, А. Л. Журавлев, А. Н. Занковский. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2015. 483 с.
- Психология способностей: современное состояние и перспективы исследований: Материалы Всероссийской научной конференции, посвященной 60-летию со дня рождения В. Н. Дружинина, ИП РАН, 25–26 сентября 2015 г. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2015. 243 с.
- Современные тенденции развития психологии труда и организационной психологии / Отв. ред. Л. Г. Дикая, А. Л. Журавлев, А. Н. Занковский. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2015. 712 с.
- Творчество: наука, искусство, жизнь: Материалы Всероссийской научной конференции, посвященной 95-летию со дня рождения Я. А. Пономарева, ИП РАН, 24–25 сентября 2015 г. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2015. 388 с.
- Психология способностей: современное состояние и перспективы исследований: Материалы Всероссийской научной конференции, посвященной 60-летию со дня рождения В. Н. Дружинина, ИП РАН, 25–26 сентября 2015 г. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2015. 243 с.
- Лебедев А. Н., Гордякова О. В.* Личность в системе маркетинговых коммуникаций. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2015. 303 с.
- Артемяева О. А.* Социально-психологическая детерминация развития российской психологии в первой половине XX столетия. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2015. 534 с. (Методология, теория и история психологии)
- Толочек В. А.* Стили деятельности: ресурсный подход. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2015. 366 с.
- Ребеко Т. А.* Телесный опыт в структуре индивидуального знания. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2015. 271 с.
- Современные исследования интеллекта и творчества / Под ред. А. Л. Журавлева, Д. В. Ушакова, М. А. Холодной. М.: Изд-во «Ин-

ститут психологии РАН», 2015. 608 с. (Экспериментальные исследования)

Критская В. П., Мелешко Т. К. Патопсихология шизофрении. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2015. 389 с.

Славская А. Н. Основы психологии С. Л. Рубинштейна: Философское обоснование развития / Отв. ред. В. А. Кольцова. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2015. 344 с. (Методология, теория и история психологии)

Харламенкова Н. Е., Кумыкова Е. В., Рубченко А. К. Психологическая сепарация: подходы, проблемы, механизмы. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2015. 367 с.

Проблема сиротства в современной России: Психологический аспект / Отв. ред. А. В. Махнач, А. М. Прихожан, Н. Н. Толстых. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2015. 670 с. (Фундаментальная психология – практике)

Историогенез и современное состояние российского менталитета / Отв. ред. В. А. Кольцова, Е. В. Харитонова. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2015. 479 с. (Методология, теория и история психологии)

2014 г.

Психология человека и общества: Научно-практические исследования / Под ред. А. Л. Журавлева, Е. А. Сергиенко, Н. В. Тарабриной. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014. 332 с. (Фундаментальная психология – практике)

Актуальные проблемы психологии труда, инженерной психологии и эргономики. Выпуск 6 / Под ред. А. А. Обознова, А. Л. Журавлева. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014. 528 с. (Труды Института психологии РАН)

Татарко А. Н. Социально-психологический капитал личности в поликультурном обществе. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014. 384 с.

Психологические исследования. Выпуск 7 / Под ред. А. Л. Журавлева, Е. А. Сергиенко. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014. 215 с. (Труды молодых ученых ИП РАН)

Психологическое здоровье личности и духовно-нравственные проблемы современного российского общества / Отв. ред. А. Л. Журавлев, М. И. Воловикова, Т. В. Галкина. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014. 318 с. (Труды Института психологии РАН)

- Психологическое воздействие в межличностной и массовой коммуникации / Отв. ред. А. Л. Журавлев, Н. Д. Павлова. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014. 400 с. (Труды Института психологии РАН)
- Методы психологического обеспечения профессиональной деятельности и технологии развития ментальных ресурсов человека / Отв. ред. Л. Г. Дикая, А. Л. Журавлев, М. А. Холодная. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014. 352 с. (Фундаментальная психология – практике)
- Естественно-научный подход в современной психологии / Отв. ред. В. А. Барабанщиков. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014. 882 с. (Интеграция академической и университетской психологии)
- Психология социальных явлений. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014. 349 с. (Психология социальных явлений)
- Костин А. Н., Голиков Ю. Я.* Организационно-процессуальный анализ психической регуляции сложной деятельности. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014. 448 с.
- Резников Е. Н.* Психологический облик русских (на материале исследования жителей Костромской области). М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014. 510 с.
- Тарабрина Н. В., Быховец Ю. В.* Террористическая угроза: теоретико-эмпирическое исследование. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014. 156 с. (Фундаментальная психология – практике)
- Гребенщикова Т. А., Зачесова И. А.* Психология повседневного дискурса: Интенциональный аспект. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014. 208 с.
- Нестик Т. А.* Социальная психология времени. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014. 496 с.
- Купрейченко А. Б.* Нравственная детерминация экономического самоопределения. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014. 463 с.
- Харитонова Е. В.* Психология социально-профессиональной востребованности личности. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014. 411 с.
- Корнилов Ю. К.* На пути к психологии практического мышления / Под ред. А. В. Карпова, Е. В. Коневой, Е. А. Сергиенко. Сост. С. Ю. Коровкин. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014. 407 с. (Достижения в психологии)

2013 г.

- Личность профессионала в современном мире / Отв. ред. Л. Г. Дикая, А. Л. Журавлев. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2013. 944 с. (Труды Института психологии РАН)
- Дробышева Т. В.* Экономическая социализация личности: ценностный подход. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2013. 312 с. (Перспективы психологии)
- Психологические исследования нравственности / Отв. ред. А. Л. Журавлев, А. В. Юревич. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2013. 416 с. (Психология социальных явлений)
- Барабанщиков В. А., Жегалло А. В.* Регистрация и анализ направленности взора человека. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2013. 316 с. (Методы психологии)
- Психология – наука будущего. Материалы V международной конференции молодых ученых / Отв. ред. А. Л. Журавлев, Е. А. Сергиенко, Н. Е. Харламенкова, К. Б. Зуев. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2013. 746 с. (Материалы конференции)
- Эволюционная и сравнительная психология в России: традиции и перспективы / Под ред. А. Н. Харитоновна. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2013. 432 с. (Труды Института психологии РАН)
- Психологические исследования проблем современного российского общества / Под ред. А. Л. Журавлева, Е. А. Сергиенко. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2013. 502 с. (Труды Института психологии РАН)
- Актуальные проблемы психологии труда, инженерной психологии и эргономики. Вып. 5 / Под ред. А. А. Обознова, А. Л. Журавлева. М.: Издательство «Институт психологии РАН», 2013. 426 с. (Труды Института психологии РАН)
- Сергиенко Е. А., Таланова Н. Н., Лебедева Е. И.* Телевизионная реклама и дети. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2013. 184 с. (Фундаментальная психология – практике)
- Махнач А. В., Прихожан А. М., Толстых Н. Н.* Психологическая диагностика кандидатов в замещающие родители: Практическое руководство. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2013. 219 с. (Фундаментальная психология – практике)
- Прохоров А. О., Юсупов М. Г.* Повседневное трансное состояние. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2013. 176 с. (Экспериментальные исследования)