

Игровые компоненты коммуникации

Общение, в котором выражается эмоциональное состояние и передаются сведения о своих намерениях, об окружающей обстановке и необходимых совместных действиях присуще не только людям, но и животным. Язык общения животных – это позы, акустические сигналы, обонятельная информация, всевозможные касания. У животных можно обнаружить выразительные движения, связанные с так называемыми социальными эмоциями, например специальные жесты – приветствия друг друга. Высшие животные прекрасно разбираются в жестах и мимике друг друга. При помощи жестов они выражают не только свои эмоциональные состояния, но и побуждения, направленные на другие предметы. В животном мире широко распространен «язык» запахов. Животные семейства кошачьих, куньих, собачьих «метят» границы территории, где они обитают. По запахам животные определяют зрелость особей, выслеживают добычу, избегают врагов или опасные места – ловушки и капканы. Имеются и другие каналы связи между животными и средой, связанные с биоэлектромагнитными полями и акустическими сигналами: электромагнитная локация у рыбки нильского слоника, ультразвуковая эхолокация у летучих мышей, высокочастотные звуковые сигналы – свисты у дельфинов, инфразвуковая сигнализация у слонов. Рыбы издают много разных и характерных звуков, используя их для общения в стае. Взаимоотношения «общественных» животных иногда достигает значительной сложности [1].

Большинство животных могут использовать сигналы в их взаимодействии с другими животными. Звуки, издаваемые животными – это сигналы, выражающие их состояние, желания, чувства ярости, тревоги, любви. Звуковая сигнализация существует у большинства животных: обезьяны издают более 40 разных звуков, лошади – около 100, а вороны – до 300. Эти звуки передают общее эмоционально-психическое состояние животных – поиск корма, тревогу, агрессивность, радость общения. Высшие животные (обезьяны, собаки, дельфины и некоторые другие) понимают обращенную к ним речь человека, избирательно реагируют на эмоционально-экспрессивные ее аспекты. Эти общения заведомо примитивней коммуникаций людей, происходят на уровне первой сигнальной системы, однако существенно сложнее моделей анализа, используемых в настоящее время.

Наиболее плодотворной моделью межличностной коммуникации является кибернетическая модель К.Шеннона и У.Уивера математической теории связи (коммуникации), которая основана на аналогии с телефонной связью. Два человека, проживающие в разных странах, говорящие на разных языках и плохо понимающие язык своего абонента, вынуждены вести переговоры по телефону. При этом время разговора ограничено, а телефонная связь неустойчива.

В данной модели: источник – это тот, кто делает звонок (передает сообщение); сообщение – передаваемая информация; телефонный передатчик – кодирующее устройство, преобразующее звуковые волны в электрические импульсы; телефонный провод – канал; телефонный приемник (второй аппарат) – декодер, осуществляющий обратное преобразование электрических импульсов в звуковые волны; приемник – человек, которому адресовано сообщение. При этом разговор сопровождается постоянными помехами (шумами), возникающими на линии связи; частотный диапазон канала может быть ограниченным, а абоненты могут плохо понимать язык друг друга. Шум может возникать вследствие нечеткости кодирования, проблем с каналами, по которым передаются сигналы, или ошибок декодирования, допускаемых целевым объектом. Из этого вовсе не следует, что любое несогласие между двумя людьми можно отнести за счет шума. В этой ситуации они пытаются максимизировать количество информации, передаваемой по линии

связи. Цель анализа заключается в отделении шума от полезной информации, передаваемой источником, путем использования избыточности сигналов [2].

* * *

Согласно Шеннону, избыточность в технике коммуникации достигается либо многократным повторением одного и того же сигнала (информации), либо его дублированием с использованием других каналов связи. Таким образом, возникает модель двуканальной и далее многоканальной коммуникации.

Математическая теория связи Шеннона абстрагируется от содержания (смысла) передаваемой информации, сосредоточиваясь целиком на ее количестве: неважно, какое сообщение передаете, важно лишь, какое количество сигналов передается. С точки зрения Шеннона, информация – противоположность энтропии (хаоса, неопределенности, беспорядка), следовательно, она есть возможность уменьшения неопределенности: чем больше информации содержит система, тем выше степень ее упорядоченности (при этом Шеннон отмечает, что слишком большой объем информации также увеличивает степень неопределенности – возникает «информационный шум»).

Достоинство данной модели связано с тем, что с ее появлением возникло представление о скорости и количестве передаваемой информации. Однако модель Шеннона–Уивера имеет и ряд ограничений: она механистична – отражает преимущественно технические способы коммуникации; человек включается в нее лишь в качестве «источника» или «приемника» информации; она абстрагируется от содержания, смысла передаваемой информации, уделяя внимание только ее количеству; коммуникативный процесс в данной модели носит линейный, однонаправленный характер, обратная связь отсутствует. Преимущественно техническая ориентация данной модели до сих пор вызывает дискуссии среди специалистов о ее применимости к изучению межличностной коммуникации.

В качестве источника сообщений рассматривается «разум» коммуникатора без разъяснений, что имеется в виду. По-видимому, сообщения возникают в головном мозгу и кодируются для передачи другим людям. Источник должен иметь средства передачи ин-

формации, такое как устная речь, жесты или письмо. Сообщение кодируется и посылается как сигнал получателю, который должен декодировать данное сообщение. Конечным пунктом назначения сообщения является опять же «разум» целевого объекта, индивидуального получателя, реципиента. Эта информационная модель оказывается полезной при рассмотрении некоторых чрезвычайно важных вопросов межличностной коммуникации и применяется при использовании различных технических средств связи.

Существующие данные указывают на то, что символы используются только людьми. Поэтому символ, по-видимому, означает важный разрыв в филогенетическом ряду между людьми и всеми другими формами жизни. Язык является средством обработки информации и используется для сохранения, изменения, продуцирования и передачи информации. Анализ межличностной коммуникации был бы неполным без принятия во внимание этих символических аспектов языка. Одним из важнейших свойств символов является то, что они могут соотноситься с целыми классами объектов, и могут обладать разнообразными значениями. Тем самым, ошибки в коммуникациях оказываются не только частыми, но и неизбежными. То есть, шум становится неизбежным сопутствующим свойством межличностной коммуникации. Ситуации и взаимоотношения с другими обеспечивают контекст, в рамках которого люди могут добиваться общей интерпретации сообщений и таким образом снижать эффекты шума. Это относится к помехам, касающихся сообщения (проблемы стилистики сообщения, его языкового словаря и возможности однозначной трактовки), помех кодирования (декодирования) сообщения и отклика (проблемы поиска идентичности), помех канала прямой и обратной связи. Анализ коммуникационных преград позволяет существенно повысить эффективность обмена информацией в организации, свести к минимуму потери времени и нейтрализовать возможный ущерб от несогласованных действий сотрудников. Следует подчеркнуть, что речь идет о намеренной коммуникации. Источник информации хочет быть правильно понятым, получатель – правильно понять передаваемое.

При общении коммуникатор использует больше, чем просто слова. Вообще-то 60 % информации сообщения получается из громкости и тона голоса, которым оно было отправлено, 22 % – из языка жестов, 10 % – из конкретной ситуации, и только 8 % смыс-

ла содержат слова. По другим источникам 55 % сообщений воспринимается через выражение лица, позы и жесты, а 38 % – через интонации и модуляции голоса и всего 7 % остается словам, воспринимаемым получателем, когда мы говорим. Люди обладают селективным слухом, пониманием и памятью. Что действительно играет основную роль в сообщении, так это его смысл. Смысл же, в свою очередь, находится не в словах. Значение каждого сообщения закладывается непосредственно людьми. Одно и то же слово может иметь множество оттенков, которые зависят от тона, жестов, определенных обстоятельств, которые и наполняют смыслом набор слов. Отправитель сначала создает определенный тембр, жест, подборку слов, а потом просто посылает получившееся сообщение слушателю, который, в свою очередь, принимает это сообщение посредством своих слуховых и зрительных рецепторов. При живом общении, когда человек нам что-то говорит, мы считываем массу косвенной информации – жесты, интонацию голоса, цвет кожи, движение глаз, ширину зрачков, дыхание собеседника и даже изменения запаха тела. Что-то считывается нами сознательно, что-то бессознательно, но в любом случае содержание речи занимает меньше десятой части от всего потока информации.

Смыслы (знания, умения, эмоции, стимулы), которые коммуниканты сообщают реципиентам, не всегда бывают правдивыми, искренними, достоверными. Ложь, обман, иллюзия, лицемерие, ханжество, коварство, заблуждения – это коммуникационные явления, они не существуют вне социальной коммуникации. Звери не предают и не обманывают друг друга. У них нет инстинкта лжи и коварства, а разум их недостаточно развит, чтобы изобретать то, чего нет на самом деле.

Феномен обмана и лжи присущ обществу людей. С одной стороны, ложь всегда осуждается, как тяжкий грех. С другой стороны, ложь лжи рознь, она многолика и непреодолима. Действительно, при извлечении выгоды за счет нанесения вреда другому человеку (организация финансовых пирамид, всякие лохотроны, «наперсточники» у метро, гадалки, деятельность сект) – сопоставимо с воровством. Но обман без нанесения вреда другому и без извлечения выгоды (разновидности самооправдания своих слабостей, шалостей, неудачных действий или выражений) воспринимаются терпимо. А обман в пользу другого человека, ложь во благо или

во спасение (врач не рассказывает истинного состояния здоровья больному или стереотипный этикет) – считается нравственно обоснованной коммуникацией, обычной ложью нашей эпохи. А всякие мечты и фантазии? В работе [3] можно ознакомиться с многообразными примерами этого социального явления.

В реальной коммуникации идеал абсолютной правдивости достичь невозможно по разным причинам. Добросовестные заблуждения коммуниканта, который может не владеть полным и истинным знанием обсуждаемых фактов, сам того не подозревая; субъективизм отбора фактов, включаемых в сообщение; неравноправие социальных статусов коммуниканта и реципиента (родители и дети, военачальник и солдаты, директор фирмы и сотрудники); психологические ограничения из-за особенностей ситуации.

Не лгут только дети (до 3–4 лет) и дураки. Как утверждают психологи, среднестатистический человек лжет 170 раз в день. Причем зачастую мы этого даже не замечаем, ложь слетает с наших губ произвольно, и мы даже не осознаем, что солгали. Произносятся такие привычные для нас фразы как: «Ты прекрасно выглядишь!», «Я тебе скоро перезвоню», «Очень вкусно!», мы часто так не считаем, то есть попросту лжем. Человек, потерявший способность говорить неправду, не может сделать комплимент не очень привлекательной женщине, не может оправдаться за опоздание, теряет чувство юмора, становится скучным занудой. То есть получается, что без лжи, даже самой невинной, нам не обойтись в повседневной жизни. Обман в человеческой жизни – не только норма диалога души с телом, но и ценность воспитания и самовоспитания: «...тмы низких истин мне дороже нас возвышающий обман», – пишет А.Пушкин, или: «Ах, обмануть меня не трудно! Я сам обманываться рад!».

Когда коммуникант «владеет» информацией, а реципиент – нет, коммуникация приобретает модус «объект-субъект», причем «объект» рискует стать объектом манипулирования. Изложенные соображения несложно перенести на случаи, когда «объектом» становится группа людей и массовая аудитория. Любое социальное общение предпочтительней его отсутствия, информационный голод ведет к дегенерации личности [4]. Кому же хочется быть объектом манипулирования? Не удивительно, что проблеме детекции лжи посвящены многочисленные исследования [3, 5] и существует некоторый набор рекомендаций выявления дезинформации:

1. Неопределенность, неконкретность передаваемых сведений.
2. Чрезмерная, нарочитая точность описания событий (особенно отдаленных по времени).
3. Совпадение в мельчайших деталях сообщений нескольких опрашиваемых.
4. Отсутствие в описании несущественных подробностей и деталей.
5. Различное объяснение одних и тех же событий на разных этапах общения.
6. Исключительно позитивная информация о самом себе и отсутствие малейших сомнений в трактовке событий.
7. Настойчивое, неоднократное инициативное повторение каких-либо утверждений.
8. «Проговорки» (оговорки) в ходе общения, то есть невольное сообщение достоверной информации как следствие конфликтного соперничества в сознании человека правдивых и ложных вариантов объяснения или описания события.
9. Не типичные для данного человека (с учетом уровня общего развития и образования) выражения, термины и фразеологические обороты.
10. Обедненность эмоционального фона высказываний.
11. Неуместные, неоднократные ссылки на свою добропорядочность и незаинтересованность.
12. Уклонение от ответа на прямой вопрос.
13. Сокрытие того, что не может быть не известно.
15. Разброс интервалов времени между вашим вопросом и началом ответа на него.

В экстремальных случаях используется система Полиграф или ее аналоги Voice Stress Analysis, KishKish Lie Detector и др., достоверность работы которых порядка 80 %. В работах психиатров отмечается важность определения позиции своей и реципиента (родитель, взрослый, ребенок) на преднатальном этапе диалога и в некоторых случаях ее камуфлировании [4, 6].

Там, где обман, всегда тенью бежит игра. Игра – это квинтэссенция человеческого общения, это коммуникация «субъект-субъект». Игра отличается от других видов социально-культурной деятельности. *Во-первых*, всякая игра – это свободная деятельность, игра по приказу – не игра, в лучшем случае – имитация игры. Свободно войдя в игру, человек может столь же свободно из

нее выйти. Благодаря свободе, гармонической упорядоченности, отрыву от обыденности игра создает временное, ограниченное совершенство в хаосе повседневной жизни. Она удовлетворяет эстетическую потребность. *Во-вторых*, игра – это жизнь «понарошку», она не преследует получение материальных продуктов, подобно труду, но она не бесцельна. Целью игры является выигрыш, который может носить морально-эмоциональный характер; если и материальный, то важнее морально-эмоциональные стимулы, утрата которых приводит к вырождению игры в неигровое занятие. Как «царство свободы» игра противостоит обыденной реальной жизни как «царству необходимости». Демонстративное инобытие игры обуславливается замкнутостью игрового пространства, регламентированием времени начала и конца игры, периодами ее повторения; использованием костюмов, паролей, масок; обособлением игроков, ограниченностью их круга посвященными в «тайну» игры; незыблемостью добровольно принятых правил. Неуловимый симбиоз справедливости и лжи. *В-третьих*, игра представляет собой непредсказуемое, но справедливое испытание силы, упорства, отваги, находчивости, воли, интеллекта, обаяния, эрудиции игроков, и тем самым удовлетворяет эстетическую потребность. Достижение выигрыша требует нетривиальных, новаторских решений от игроков, поэтому игру можно квалифицировать как творческую продуктивную деятельность. В процессе игры не только передаются, но и создаются новые смыслы.

Развитие или модификация признаков игры, как и наполнение их несколько другим смыслом, отражает тенденции человеческой деятельности, и культуры в частности.

В игре значимым является не только и не столько содержание передаваемого, но и сам процесс передачи. Процесс становится коммуникативным. При этом резко возрастает значимость любых иных, неигровых элементов, даже нулевых – молчания, пропуска, ожидания и т. д. Это соответствует позиции Й.Хейзинги: выключение из обыденной жизни, преимущественно радостный тон деятельности, пространственное и временное ограничение, сочетание строгой определенности и подлинной свободы [7]. Игровая, творческая стихия бытия не хочет подчиняться никаким законам – это полная свобода от всего. На самодостаточности, «далеко идущей самостоятельности игры» настаивает Хейзинга. Исследователь

утверждает, что «игра лежит вне дизъюнкции мудрости и глупости», «она не знает различия истины и лжи», в игре «не заключено никакой моральной функции – ни добродетели, ни греха».

Для игры характерен особый модус существования. Одним из основных компонентов природы игры является ее двуплановость. Личность в игре находится в двух планах: реальном и условном. С одной стороны, игрок выполняет реальные действия в реальных условиях для решения разнообразных творческих или утилитарных игровых задач. С другой стороны, в этой реальности есть обязательно условность, иррациональность. При нарушении одного из планов игра всегда расстраивается. Нарушение игрового, условного плана делает игру бессмысленной, слишком похожей на обыденную жизнь. Утрата же реального плана переводит игру в чисто фантазийный план. Человек добровольно погружается в виртуальный мир, чтобы начать смотреть на реальные предметы глазами игрока, задумавшего свою игру и подбирающего для нее необходимый инструмент.

Игра является двусторонней, если между игроками существуют субъект-субъектные отношения, характеризующиеся непринужденностью, заинтересованностью, готовностью соблюдать правила игры. Но она может быть и односторонней, если не все вовлеченные в игру участники желают стать игроками или отдают себе отчет в том, что они участвуют в каких-то играх. Тогда имеют место субъект-объектные или объект-субъектные отношения, в силу которых участники-объекты становятся жертвами обмана, мистификации, заблуждения и вместо выигрыша обретают разочарование.

В двусторонней игре имеет место коммуникационный диалог. Односторонние субъект-объектные отношения свойственны управлению, где субъект «играет» с объектом, как кошка с мышью; односторонние объект-субъектные отношения присущи подражанию, розыгрышу. Игра вырождается в псевдо-игру. Таким образом, игровые ситуации хорошо коррелируют с формами коммуникативных действий.

Игра старше культуры. «Культура зачинается не как игра и не из игры, а в игре». За прошедшие тысячелетия «внеразумное занятие» вместе с культурой прошло сложный путь воссоздания разнообразных смысловых ситуаций человеческой деятельности – подготовки к коллективным действиям, социализации подрастающего поколения, ритуалы, мусические искусства, праздники и развлечения.

Прошедший век актуализировал игровую индустрию. Это обусловлено немислимым ранее объемом потоков информации, пронизывающих сознание современников, а также взаимопроникновением и взаимообогащением разных культур.

К примеру, игровой элемент в журналистской практике. Это и всевозможная игра с заголовками, создание смысловых планов, ассоциативных связей, это и различного рода языковые абсурды: от простейших каламбуров до, например, сложных анекдотических вставок. Реципиент, то бишь, читатель, при получении информации дополнительно получает удовольствие оттого, что разгадывает «ход» журналиста, знает первоисточник.

Помимо обычного развлечения, цель которого привлечь аудиторию, наладить контакт, помочь легче усвоить информацию, игровой элемент, как правило, бессознательно используется, дабы аудитория как-то иначе взглянула на суть той или иной проблемы. Игра выступает в роли символического осмысления реальности. Сегодня такое игровое символическое осмысление в полной форме находит себя в новом формате игры – в интерактивной игре, взаимодействующей с актуальной информацией. Появление интерактивных игр в сегодняшней журналистике свидетельствует о том, что формируется новый уровень осмысления информации, основывающийся на современных информационных технологиях. Данный уровень осмысления информации обнаруживает формирование особой, игровой парадигмы мышления в массовой коммуникации, которая требует от человека новых познавательных ресурсов.

Практически во всех сферах человеческой деятельности возникает необходимость освоить игровые коммуникации, приобретать новые навыки и делать необычные вещи, которые кинопродюсеры, шоумены и редакторы телеканалов делают ежедневно уже многие годы. Чтобы потребитель получал удовольствие, а не раздражение от рекламного вмешательства, нужно искать непривычные формы привлечения и удержания потребительского внимания. Бестселлер 1937 г. Д.Карнеги «Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей», по сути игровой аспект коммуникационных технологий, в современном состоянии избытка информации, в том числе через телеканалы, Интернет, обрел новый импульс своего развития. В работе [8] анализируются 5 уровней отношений, в каждом из которых свои «правила игры». Даже по названию глав видна значимость культуры общения

(Ни о чем не просите. Просите совета, а не добивайтесь контракта. Сочувствие: краеугольный камень доверия. Восприимчивость: откройте окно в свой внутренний мир. Доверительность: закон хранилища. Любопытство: умение задавать вопросы. Щедрость: изучите нужды людей. Скромность: дар объективного восприятия. Чувство юмора: живите весело. Искусство быть благодарным). В своем высшем уровне общения, уровне пентхауза, основанном на умении давать, а не получать, звучат понятия сопереживания, доверия и преданности, умения поставить себя на место другого, возможно непривычные для делового или, скажем, научного сообщества и требующие особого внимания для анализа современных игр, и коммуникаций.

В итоге игры переходят от своей в большей мере развлекательной функции к функции коммуникативной. Игры становятся одним из видов общения. Естественно, что развлекательный компонент игр сохраняется. Игра как категория может рассматриваться в качестве одного из наиболее фундаментальных жизненных элементов. Игра – это и особая форма наслаждения, высшая степень осознанности, когда внутренняя интимность питается внешней созерцательностью. Игра противопоставляется обыденности, утилитаризму. Человек выбирает себе товарищей, друзей, близких чаще всего из числа тех, кто играет в те же игры. В этом и состоит личностное значение игр.

Литература

- [1] Ранке Дж. Коммуникация со всем сущим. Как понимать животных и говорить с ними. М.: Весь, 2010. 208 с.
- [2] Шеннон К. Работы по теории информации и кибернетике. М.: Изд-во иностр. лит., 1963. 830 с.
- [3] Кузнецов В. Психология взаимопонимания. Неправда, ложь, обман. СПб.: Питер, 2008. 288 с.
- [4] Берн Э. Игры, в которые играют люди. Психология человеческих взаимоотношений. М.: Эксмо, 2009. 352 с.
- [5] Бухарин С.Н., Цыганов В.В. Методы и технологии информационных войн. М.: Акад. проект, 2007. 382 с.
- [6] Нардонэ Дж., Сальвини А. Магическая коммуникация. Стратегический диалог в психотерапии. М.: Рид Групп, 2011. 160 с.
- [7] Хейзинга Й. Homo Ludens. Статьи по истории культуры. М.: Прогресс Традиция, 1997.
- [8] Spaulding T. It's Not Just Who You Know. N.Y.: Broadway, 2010. 308 p.