

Адамьянц Т.З.

Между знанием и пониманием (феномен понимания в семиосоциопсихологической парадигме)¹

Аннотация: Статья посвящена проблеме понимания в сфере коммуникации, а также описанию социоментальных групп аудитории, различающихся качеством понимания основных смысловых доминант воспринятых произведений. Статья выполнена в русле семиосоциопсихологической парадигмы, в основе которой лежит представление об интенциональных (мотивационно-целевых) первопричинах общения и взаимодействия людей.

Отправной точкой при возникновении цивилизации людей, если верить древним источникам, оказалось любопытство Евы и Адама: что же это такое – древо познания и почему имеющиеся на нем плоды нельзя вкушать? Кое-что, как известно, они узнали сразу же, отведав сорванное яблоко, однако с тех самых пор и по сегодняшний день включительно суть понятия «познание» остается для нас скорее закрытой, нежели открытой. Синонимично ли оно процессу накопления знаний, овладению знаниями? В таком случае – какими знаниями и в каком количестве надо овладеть, чтобы познать мир, реальность, жизнь, право считаться умным? Есть ли нюансы в значениях слов «умный», «разумный», «мудрый»?

Еще не так давно знающим считался каждый, овладевший грамотой и счетом. От сегодняшнего поколения требуется гораздо больше, причем считается, что большей информацией располагает индивид, тем лучше. Содержимое памяти любого сегодняшнего школьника или студента хочется сравнить со все расширяющейся компьютерной базой данных: здесь цифры, слова, фразы, тексты, формулы, даты, сведения, имена, готовые идеи, суждения, мнения, причем предназначенность всего этого коктейля – успешные ответы-отчеты, на экзаменах, при заполнении тестов и т.д. Даже термин соответствующий появился - «рецептурное сознание», по принципу «стимул – реакция» (вопрос – готовый ответ). Очень близок по значению и термин «мозаичное сознание», введенный немецким писателем Германом Гессе, для характеристики духовного кризиса общества, порождающего людей информированных, но не умеющих анализировать и сопоставлять факты.

Возможности получения готовых знаний и сведений сегодня значительно расширились, благодаря появлению компьютеров, глобальной сети Интернет и новым, информационно-коммуникационным технологиям. Нисколько не умаляя значимости знаний и новых технологий, стоит отметить, что со времен Авеля и Каина качественных

¹ Исследования по данной проблематике проводятся в рамках проекта РФФИ «Развитие коммуникативных навыков личности в зависимости от степени диалогичности информационной среды» № 08-06-00487 «а».

изменений в сознании людей не произошло: зависть, самолюбие, гордыня и, как следствие, конфликты и распри остаются фактами реальности. Отражают реалии современности и такие ее не самые лестные, но весьма распространенные характеристики, как «массовое сознание», «потребительское сознание», «массовая культура», «омассовление аудитории» и т.д.

Размышляя о судьбах цивилизации, ученые и мыслители на протяжении веков мечтают прежде всего о массовом совершенствовании сознания людей: только при таком условии возможен, по мнению практически всех когда-либо обращавшихся к этой проблеме, долгожданный «прорыв» к мирной и гармоничной жизни, «золотому веку». История человечества знает немало попыток найти способ решения этой безусловно важной проблемы, которые, как правило, заканчивались разочарованиями в тех случаях, когда объектом обучения оказывались широкие массы населения (вспомним Просветителей). Успешными оказывались локальные, закрытые школы для избранных, группирующиеся вокруг мудрецов-ученых, воспитывающих и обучающих, по собственным оригинальным методикам, новых ученых и мудрецов (школы Сократа, Пифагора и др.). Целью таких коллективов единомышленников было познание тайн мироздания, передача от посвященных тайного, сакрального знания. Совершенствование менталитета обучающихся, скорее всего, происходило как следствие таких глубинных уроков. Впрочем, тайное знание и есть тайное знание: здесь, судя по косвенным источникам, применялись и специальные упражнения, подобные сложнейшим и многолетним ступеням совершенствования физических и моральных качеств, которые и сегодня используются в практиках йогов, даосов, в оккультных школах и приводят – это декларируется как одна из главных целей – к так называемому *расширению* сознания. В имеющихся скурых описаниях особенностей такого сознания декларируется его космичность как видение и понимание связи и детерминации всего сущего с высшими силами, в целом – с космосом.

Особое качество сознания, отличное от традиционного, массового, присуще и редким самородкам – гениям и талантам. В чем здесь секрет, точного ответа нет, хотя, как известно, этой проблемой занимался не один исследователь и даже не один исследовательский коллектив, например, Институт мозга, созданный после смерти В.И. Ленина и призванный дать научное обоснование гениальности вождя.

Мудрой считается и старость – в традиции всех народов уважать мнение людей много видевших и испытавших: долгая жизнь дает возможность сопоставить и оценить разворачивание судеб и процессов в зависимости от реальных намерений и действий (личности, группы, социума). Отсюда, очевидно, и сентенция «жизни ты не знаешь»,

посредством которой старшее поколение из века в век пытается воздействовать, в воспитательных целях, на поколение подрастающее. Не будем, однако, абсолютизировать возраст как безусловный и достаточный критерий: встречается и определение «старческий маразм».

Мудрость нередко связывают не только со знаниями, но и с моралью, нравственностью. В современных концепциях понимания такая взаимосвязь впрямую не декларируется, мораль скорее рассматривается как следствие, но не условие. Более конкретны древние источники: известное библейское древо имеет уточняющие определения: это древо *познания добра и зла*. И хотя на протяжении веков споры вокруг темы «гений и злодейство» оставались более чем актуальными, наука так и не смогла объяснить, есть ли взаимосвязь между пониманием (познанием) и моралью. Современные тенденции и вовсе нивелировали эту проблему: тест IQ, претендующий на право оценивать уровень интеллекта, никак не проявляет нравственные качества личности; это скорее тест на умение ориентироваться в логических схемах с цифрами, формами или словами, что, безусловно, важно для многих сфер деятельности в постиндустриальном обществе.

Продолжая тему, обозначим принципиальную позицию, которой придерживается автор настоящей работы: *прогресс человечества связан прежде всего с массовым развитием качества сознания наших современников на основе современных научных технологий, с освоением все большим числом людей таких ментальных возможностей (навыков), которые позволяют глубинное понимание, иными словами – выводят (поднимают) менталитет возможно большего числа людей на уровень гениев и талантов, развивая при этом личность на всех уровнях, в том числе – на уровне нравственном [2. 3].*

Практически все гуманитарные дисциплины так или иначе выходят на проблемы понимания: философы, например, рассуждают о феномене сознания, психологи – о механизмах понимания и запоминания, социальные психологи – о побудительных причинах (стимулах) и типах восприятия, искусствоведы – о художественных средствах, способствующих раскрытию внутреннего мира авторов. Но несмотря на огромное количество ценных выводов, наблюдений, концепций и мнений, решение проблемы, если можно так выразиться, «провисает», поскольку ни одно из перечисленных (а также и других, не названных здесь) научных направлений не предлагают точки отсчета, по отношению к которой происходит понимание (понимание чего?), а также и соответствующего инструментария, посредством которого можно измерить, состоялось или нет понимание.

Оригинальную точку зрения относительно сущности понимания в сфере коммуникации, а также работающий инструментарий (метод), позволяющий реально измерять, состоялось или нет понимание и взаимопонимание, а также и реально развивать умение людей адекватно, без смысловых искажений, понимать друг друга (*коммуникативные навыки*), предлагает семиосоциопсихологическая парадигма социального познания и социальной практики [6, 9], разработанная российским ученым Т.М. Дридзе (1930-2000).

В основе этой парадигмы лежит представление об интенциональных (мотивационно-целевых) первопричинах общения и взаимодействия людей. Любой целостный, завершённый коммуникативный акт (по Дридзе, *текст*), реализованный в любой знаковой системе (это, например, может быть и газетная статья, и телепередача, и стихотворение, и компьютерная игра, и мультфильм), в рамках данной парадигмы можно условно представить в виде *структуры иерархических коммуникативно-познавательных программ, ориентированных на интенциональную (мотивационно-целевую) доминанту*, которая и “вызвала к жизни” данный коммуникативный акт, определила его специфику: жанр, содержание, форму, художественные особенности и т.д. Общеизвестное понятие “интенция” в рамках данной парадигмы уточнено: это “*равнодействующая мотивов и целей общения и взаимодействия людей*” [6. С. 16], а процесс ее выделения в тексте операционализирован (имеется в виду метод интенционального, или мотивационно-целевого анализа процессов общения).

Возможность выделения в рамках целостного, завершённого коммуникативного акта коммуникативно-познавательных программ, ориентированных на интенцию и связанных между собой по принципу иерархичности (главные, второстепенные, третьестепенные и т.д.), позволяет доказательно выявлять интенцию, даже в тех случаях, когда она скрывается, например, при попытках манипулирования, или же – когда она “непроявлена”, непонятна или не совсем понятна даже самому автору: художественное творчество, как известно, преимущественно интуитивно. Момент операционализации несет в себе, к тому же, возможность повторяемости эксперимента, что является непременным условием релевантности выводов.

Поскольку в основе любого коммуникативного акта лежит проявленная интенциональность коммуникатора, обязательными признаками текста являются *целостность* и *завершенность*. Его нельзя анализировать, изъав отдельный блок (главу, раздел, строчку, фразу), как это, например, возможно в литературоведении при изучении авторского стиля или в психолингвистике, в центре внимания которой *дискурс*,

отражающий *движение, развитие мысли*, а она может быть локальной по отношению к интенциональности всего произведения.

Структурные компоненты текста иерархичны: среди них всегда есть главные, второстепенные, третьестепенные и т.д. Без некоторых компонентов текста при общении, казалось бы, можно обойтись (например, без музыкального наложения в радиопостановке или без жестов, мимики при декламации), однако при этом исчезает, “выхолащивается” эмоционально-образная, личностная сфера, без которой полноценное донесение коммуникативного намерения автора оказывается затруднительным. Поэтому любой текст – это целостное объединение неравнозначных, но одинаково ценных для донесения интенции коммуникативных единиц. Он представляет собой “*иерархию коммуникативно-познавательных программ*”, или структурных элементов, ориентированных на общую цель (мотив) общения и потому принимающих именно *такую*, а не другую форму, именно в *такой*, а не в другой последовательности, наложении друг на друга и взаимосвязи структурных элементов, именно в *таком*, а не в другом воплощении [9. С. 77-78].

В отличие от речи и дискурса, которые “...подчинены законам языка как системы и, актуализируя эту систему, “развертываются” линейно”, текст нелинеен: во временном, фактическом следовании разных компонентов текста (при их транслировании и, соответственно, восприятии) их иерархичность по отношению к интенции, как правило, не соблюдается (например, в телепередаче сначала может идти музыкальная заставка и только затем сообщаются некие идеи, факты). Поскольку текст рассматривается “...не как речезыковая, а как коммуникативно-познавательная единица, т.е. изначально обращенное к партнеру, опредмеченное ментальное образование, “цементированное” коммуникативной интенцией, составляющей его смысловое ядро (смысловую доминанту)” [8. С.76], постольку существуют общие, универсальные при любых формах и способах общения закономерности его структурной организации, отражающие, во-первых, “набор” структурных элементов текста и, во-вторых, особенности отношений между собой (*предикативности*) этих структурных элементов.

Ключевым стержнем, “строительными лесами”, которые делают возможным “возведение здания” – порождение текста и возможность его адекватного понимания, является *проблемная ситуация*, определившая особенности интенциональности коммуникатора, а также *социокультурный фон*, на котором происходит коммуникативный акт. Проблемная ситуация “пронизывает” все уровни мотивационно-целевой структуры текста. Поэтому внимание к проблемной ситуации и социокультурному фону всегда сопутствует поиску интенциональности и определению способов ее реализации в мотивационно-целевой структуре текста (рис. 1).

Типовая интенциональная (мотивационно-целевая) структура текста

I уровень – *сверхзадача, замысел, цель, целеполагание, коммуникативное намерение, мотивация общения (в комплексе – интенция)*, связанные со способом “разрешения” проблемной ситуации в данном социальном контексте. Нередко, а в художественных жанрах практически всегда, вербально (посредством слов) они не выражены или выражены частично, только на уровне целеполагания. В любом случае следует попытаться сформулировать их самому (*зачем? почему? для чего? что то самое главное, что хотел сказать, передать, выразить автор?*).

II уровень – *тезисы и контртезисы*:

- а) утверждения, декларации, заявления, главные выводы, принципиально важные, опорные для интенции;
- б) разъяснение (развертывание) тезисов и контртезисов.

III уровень – *аргументы и контраргументы*:

- а) доказательства, являющиеся основаниями для тезисов и контртезисов;
- б) разъяснение (развертывание) основных аргументов и контраргументов;
- в) разъяснение проблемной ситуации.

IV уровень – *иллюстрации*:

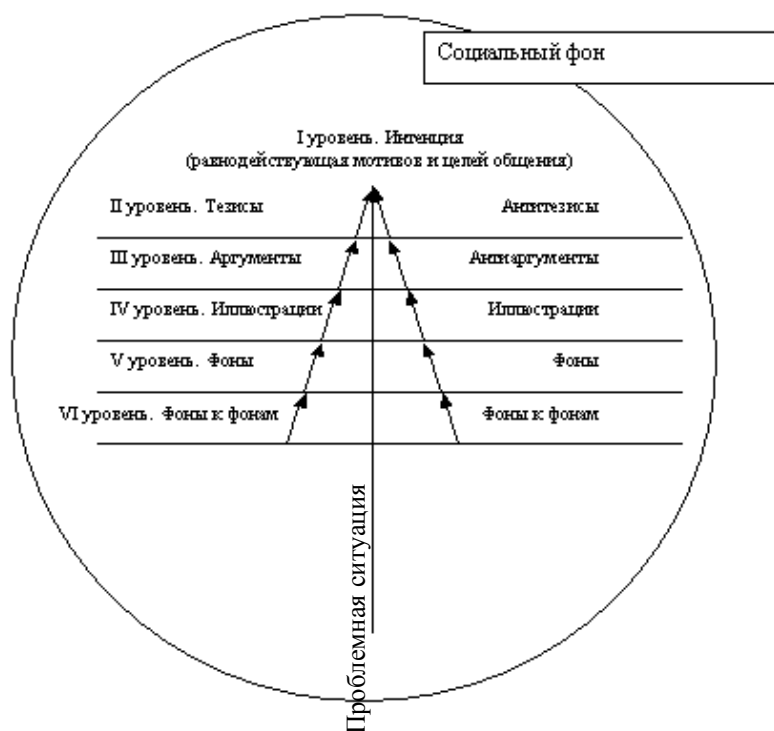
- а) иллюстрации к тезису, аргументам;
- б) иллюстрации к разъяснениям тезиса, аргументов;
- в) иллюстрации к проблемной ситуации, ее описание, оценка и пр.

V уровень – *фоны*:

- а) общий фон к цели (целям) сообщения;
- б) общие фоны к тезисам и аргументам;
- в) общие фоны к иллюстрациям.

VI уровень – *фоны к фонам и пр.* [3. 9]

Рис. 1. Типовая интенциональная (мотивационно-целевая) структура текста



Мотивационно-целевая доминанта, или интенция, и есть то *самое главное*, что хотел сказать, передать, выразить автор; это тот *искомый результат*, к которому он стремился, вступая в коммуникацию, причем с учетом и осознанных целей, и не всегда осознаваемых мотивов. Поэтому постижение интенциональности (произведения, выступления и т.д.) – это поиск смысла, а поиск смысла – это поиск интенциональности.

Поскольку, как уже упоминалось, процедура поиска смысла, или интенциональности, строго регламентирована и воспроизводима, полученный результат оказывается той самой «точкой отсчета», по отношению к которой можно проводить дальнейший анализ: оказалась ли в результате восприятия интенциональность исходящего от коммуникатора текста (произведения) понятной и если нет – то степень (качество) понимания. Восприятие при этом различается как адекватное, частично адекватное и неадекватное (по отношению к интенциональности текста).

Для того чтобы оценить качество восприятия, проводится опрос-интервью, где, кроме традиционных закрытых и полужакрытых, респонденту предлагаются открытые вопросы с разнообразным набором просьб и заданий проинтерпретировать текст [3. 7]. Результатом анализа анкеты оказывается мотивационно-целевая структура восприятия, которая сопоставляется с мотивационно-целевой структурой воспринятого респондентом текста, «накладывается» на нее. По степени «освоения» исходной мотивационно-целевой структуры (реализованной в тексте) и принимается решение о степени адекватности интерпретирования и, в целом, восприятия. Особо следует отметить, что речь идет не о согласии с коммуникатором – только о понимании его мотивов и целей.

Особенности восприятия, безусловно, связаны с ментальными способностями и возможностями личности, с тем вариантом переработки и усвоения (знаний, информации, текстов), который человеку знаком и привычен, которому он научен.

Феномен типов восприятия в семиосоциопсихологической трактовке оказывается созвучным тому, что вкладывал известный философ К.Г. Юнг в предложенное им понятие «архетипы». Как известно, он определял их как общие символы, априорные структуры, воспринимаемые человеком на инстинктивном уровне, причем “архетипы определяются не содержанием, но формой, да и то весьма условно” [13. С. 27]. Архетип, по утверждению Юнга, пуст и чисто формален, это всего лишь некая неопределенная структура, которая может принимать определенную форму только в проекции, наполняясь содержанием.

Появившаяся благодаря семиосоциопсихологической концепции возможность фиксирования особенностей мыслительного процесса при восприятии (уровней «освоения» личностью мотивационно-целевой структуры) позволяет предложить типологию виртуальных форм ментальных структур, свойственных, по Дридзе, “*homo vivens*” (человеку живущему) при его участии в процессах коммуникации.

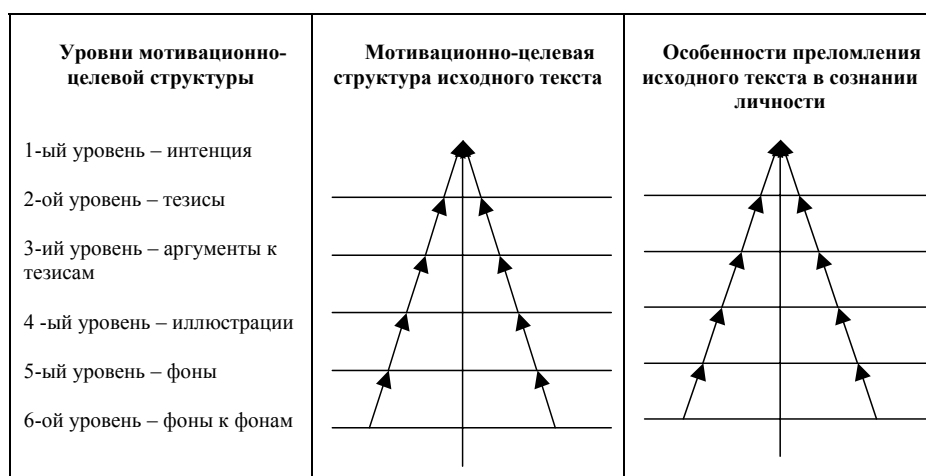
Прежде всего, это вариант многоуровневой, объемной ментальной структуры (форма архетипа), имеющей не менее трех горизонтальных уровней, по которым «раскладывается» содержание воспринятого. Обозначенные горизонтальные уровни соотнесены (по вертикали) с осознанной, проявленной в сознании личности интенциональностью ее собственного бытия. Такая соотнесенность выстраивает уровни по принципу иерархичности, то есть ранжирует воспринятое как главное, второстепенное, третьестепенное и т.д. по отношению к интенциональности личности. Все уровни структуры данного варианта архетипа биполярны: имеют плюсы, минусы и, соответственно, центр (стержень), вокруг которого они и выстраиваются. Центром, в свою очередь, служит принизывающий все уровни вертикальный вектор, направленный снизу вверх: от (продуцируемой или ощущаемой) проблемной ситуации – к интенциональности личности.

Данный тип ментальности встречается сравнительно редко и предполагает либо особый природный дар, либо – научение благодаря диалогическому общению с личностью, уже обладающей такими ценными навыками (еще об одном способе, связанном с обучением основам семиосоциопсихологической концепции, речь пойдет ниже). Это вариант «освоения» мотивационно-целевой структуры при адекватном восприятии (Рис. 2). При восприятии взрослой аудиторией материалов общественно-политического содержания число *адекватных* интерпретаций, как правило, составляет 13-

14% [1. 3. 9. 10. 11]; при восприятии информационных материалов – от 9 до 18% [1. 3], в зависимости от формы подачи и организации материала. При «встрече» с художественными жанрами число адекватных интерпретаций оказывается несколько выше.

Феномену гениев и талантов, выдвинем такую гипотезу, сопутствует еще более редкая и уникальная ментальная структура, которая соотнесена не только с осознанной интенциональностью собственного бытия, но и с личностным представлением об интенциональных характеристиках мироздания.

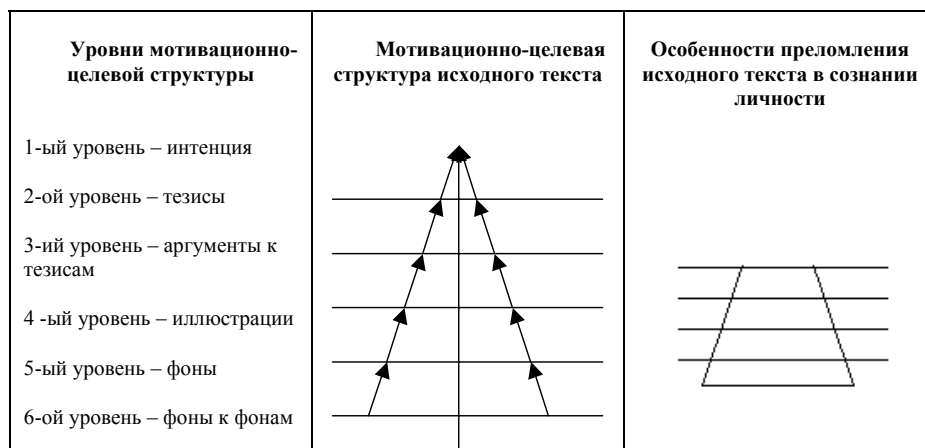
Рис. 2. Особенности понимания и интерпретирования текста при адекватном восприятии



Гораздо распространеннее вариант ментальности (форма архетипа), при котором воспринятое «выстраивается» в сознании скорее горизонтально, по принципу сбора и накопления, нежели объемно. Уровней в форме такого архетипа меньше, чем в предыдущем варианте (два-четыре), и соотнесены они с прагматическим уровнем интенциональности “homo vivens” (человека живущего). «Картина мира» оказывается наполненной разнообразными фактами и сведениями, между которыми нет или почти нет причинно-следственных связей. Это разноликий, разорванный, нередко сопровождающийся тревожным эмоциональным фоном мир информированного, но не умеющего аналитически мыслить, делать самостоятельные выводы человека. Данный тип ментальности достаточно распространен и потому неоднократно становился объектом наблюдений и тревог исследователей. Проявляется в особенностях «освоения» мотивационно-целевой структуры при частично адекватном восприятии (Рис. 3).

При восприятии материалов информационного и общественно-политического содержания взрослой аудиторией число *частично адекватных* интерпретаций составляет 30-35%, в зависимости от формы подачи и организации материала [1. 3].

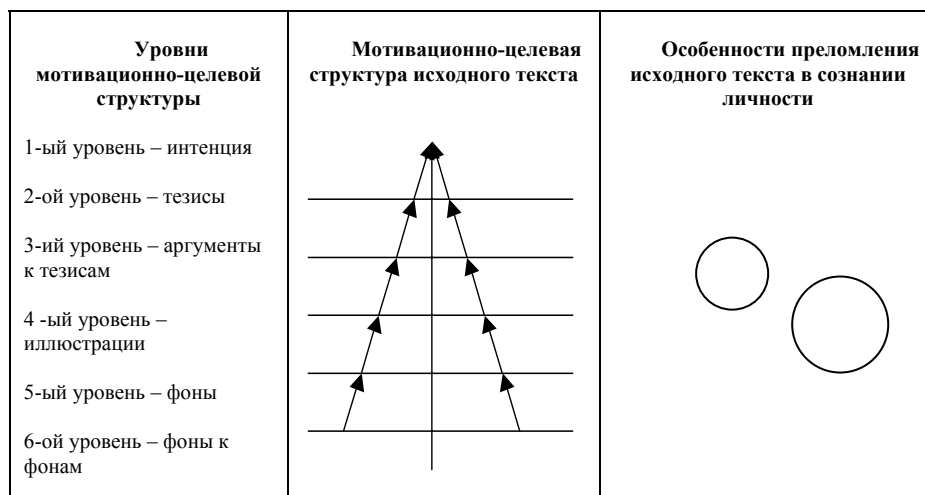
Рис. 3. Особенности понимания и интерпретирования текста при *частично адекватном* восприятии



Не менее распространен и такой вариант ментальности (форма архетипа), при котором речь не идет не только об объеме или сложной многоуровневости, но и о выстраивании и накоплении информации по горизонтали. Внимание и запоминание сосредоточивается и ограничивается отдельными, выхваченными из структуры текста фактами, которые вводятся в собственный контекст отражения мира, соотнесенный, как правило, с тревожной или эгоистической, не выведенной на поверхность сознания мотивацией неустроенной, недовольной (статусом, внешностью, зарплатой, климатом и т.д.) личности. Проявляется в особенностях «освоения» мотивационно-целевой структуры при неадекватном восприятии (Рис. 4).

При восприятии материалов информационного и общественно-политического содержания взрослой аудиторией число *неадекватных* интерпретаций составляет 30-35%, в зависимости от формы подачи и организации материала [1. 3].

Рис. 4. Особенности понимания и интерпретирования текста при *неадекватном* восприятии



Каждому человеку, следовательно, свойственен устойчивый, привычный, освоенный его менталитетом способ восприятия, и в соответствии с этим способом воспринятые тексты (произведения, материалы и т.д.) «раскладываются», выстраиваются в его сознании, приобретая некую виртуальную форму. Качество понимания основных смысловых доминант (интенциональности) напрямую зависит от количества уровней и направления вектора виртуальной ментальной структуры, освоенной личностью.

Наполняясь конкретным содержанием, эти, пользуясь определением Юнга, «неопределенные структуры» определяют особенности основных характеристик представлений человека о действительности и о своем месте в ней («картин мира»), В проведенных нами исследованиях явственно прорисовываются закономерности между качеством понимания (процессов коммуникации) и содержанием и эмоциональной окрашенностью «картин мира» личности, причем адекватному восприятию практически всегда сопутствует широкий кругозор, самостоятельность решений и толерантность личности [1. 3. 5. 9].

И поскольку существующая система образования, а также традиционные ценности общества и семьи связаны сегодня преимущественно с задачами накопления, усвоения, запоминания информации и не ориентированы на обучение пониманию коммуникационных процессов, задача развития качества сознания личности, которая, безусловно, является задачей общецивилизационной [2], связана с перестройкой приоритетов и в системах ценностей, и в системе образования.

В дополнение к осуществленным и ныне действующим целевым программам федерального и межгосударственного уровней, направленным на приобщение к чтению, ликвидацию так называемого «цифрового неравенства», донесение до широких масс информации и знаний о культурных ценностях, необходимы принципиально новые широкомасштабные программы, направленные на развитие навыков понимания (текстов, процессов коммуникации) у наших современников, прежде всего у детей и молодежи.

Нисколько не умаляя значимости дисциплин и учебных курсов, знакомящих с отдельными аспектами функционирования социальной коммуникации, актуальной представляется задача массового обучения основным принципам и практическим методам семиосоциопсихологической парадигмы (курсы или отдельные темы преподаются в ряде вузов страны и ближнего зарубежья). В результате обучающиеся, во-первых, начинают понимать скрытые, латентные смыслы в процессах коммуникации а, следовательно, и в других жизненных ситуациях, и, во-вторых, так выстраивать собственные коммуникативные стратегии, чтобы добиваться максимального взаимопонимания при общении [2]. Главным же результатом оказывается совершенствование качества сознания

личности: традиционный способ накопления информации “по горизонтали” заменяется навыками объемного, многоуровневого восприятия: человек учится не тому, что именно думать в том или ином случае, а как думать, чтобы адекватно понимать воспринятое, то есть – способу мышления.

Литература

1. *Адамьянц Т.З.* К диалогической телекоммуникации: от воздействия – к взаимодействию. М., ИС РАН, 1999.
2. *Адамьянц Т.З.* От человека разумного – к человеку понимающему / Вестник университета (ГУУ), 2007, № 3.
3. *Адамьянц Т.З.* Социальные коммуникации. Учебное пособие для вузов. М., Дрофа. 2009.
4. *Адамьянц Т.З.* Технологии социальной диагностики и социального проектирования информационной (социокультурной) среды // Межотраслевое взаимодействие в социальном управлении. Материалы VI Дридзевских чтений. М., ИС РАН, 2007.
5. *Дети и проблемы толерантности.* Сборник научно-методических материалов. Отв. ред. Т.З. Адамьянц. М., ИС РАН, 2003.
6. *Дридзе Т.М.* Две новые парадигмы для социального познания и социальной практики // Социальная коммуникация и социальное управление в экоантропоцентрической и семиосоциопсихологической парадигмах. Книга 1. М., ИС РАН, 2000.
7. *Дридзе Т.М.* Организация и методы лингвосоциопсихологического исследования. М., МГУ, 1979.
8. *Дридзе Т.М.* Социокультурная коммуникация: текст и диалог в семиосоциопсихологии // Социокультурное пространство диалога, М., Наука, 1999.
9. *Дридзе Т.М.* Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. М., Наука, 1984.
10. *Жаворонков А.В.* Российское общество: потребление, коммуникация и принятие решений. 1967-2004 гг. М., Вершина, 2007.
11. *Массовая информация в советском промышленном городе.* Опыт комплексного социологического исследования / Под редакцией Б.А. Грушина и Л.А. О니кова. М., Политиздат, 1980.
12. *Ницше Ф.* Так говорил Заратустра // Соч. в 2 т. М.: Мысль, Т.2.
13. *Юнг К.Г.* Бог и бессознательное. М., 1998, С. 27.

Article is devoted to a problem of understanding in sphere of the communications, and also to the description of socio-mental groups of an audience differing by quality of understanding of the basic semantic dominants of perceived materials. Article is executed in a channel of semio-socio-psychology paradigm in which basis representation about intention (motive and goals) original causes of dialogue and interaction of people lays.