

Производство сообщений: западные подходы и теории

Научный руководитель – Сидорская Ирина Владимировна

Добранов Александр Игоревич

Студент (специалист)

Белорусский государственный университет, Институт журналистики, Минск, Беларусь

E-mail: alexdobranof@gmail.com

Под производством сообщений (*message production*) понимается продуктивный аспект межличностной коммуникации, рассматриваемый со стороны коммуникатора. В то время как русскоязычные исследования редко обращаются к этой теме (за исключением психолингвистического подхода к производству речи), в западном научном сообществе механизм произнесения или написания высказываний как социальных актов изучается с конца 1970-х [6, р. 20]. Наш обзор ключевых теорий в рамках конструктивистского и когнитивного подходов призван включить вопрос производства сообщений в проблемное поле отечественных исследователей.

Конструктивистский подход к производству сообщений (Б. О'Киф, Дж. Делиа, Б. Ламберт и др.) предполагает анализ стратегий, применяемых для достижения коммуникативных целей, а также определение характеристик эффективных сообщений [1]. Наиболее заметная теория этого подхода - **логика проектирования сообщений** (*message design logic*) Барбары О'Киф [8]. Логика проектирования связывает цель с сообщением, она отражает набор имплицитных представлений о способах достижения коммуникативных целей. Выделяется три логики проектирования: экспрессивная, конвенциональная и риторическая. Используя первую из них, человек прямо выражает мысли и чувства, вызванные ситуацией. Конвенциональная логика предполагает отбор сообщений для произнесения/написания в зафиксированном контексте (ролей, прав и т.д.). Риторическая логика представляет коммуникацию как процесс создания и обсуждения социального «Я» и самой ситуации. Эти три логики развиваются по естественной прогрессии: от первой к третьей, т.е. от простой к сложной [8, р. 89]. Применение данной теории включает объяснение процесса производства сообщений, определение черт эффективных сообщений и повышение коммуникативной компетентности. Сообщения, созданные при помощи более сложных логик проектирования, считаются более эффективными, а коммуникаторы, применяющие их, воспринимаются как более привлекательные социально [Цит. по 7]; они имеют большие социальный капитал и склонность к альтруизму [4]. Кроме того, теория объясняет, почему люди часто говорят удивительно похожие вещи.

К когнитивному подходу относится семейство теорий «цели-план-действие» (*Goals-Plan-Action, GPA*) и теория сборки действий (*Action Assembly Theory*). Согласно **теории «цели-план-действие»** (основоположник - Дж. Диллард; Д. Хэмпл, Ч. Бергер и др.) производство сообщений состоит из трех шагов: во-первых, ставятся цели как будущее положение дел, которое индивид стремится достичь; во-вторых, цели мотивируют планы - репрезентации поведения, которое может привести к достижению цели; в-третьих, производятся сами действия для достижения целей [3]. Цели подразделяются на первичные (например, изменить взаимоотношения) и модифицирующие их вторичные (сохранить при этом «лицо» и др.). Планы описываются тремя параметрами: иерархия (стратегические планы, расположенные в долгосрочной памяти, и тактические, активируемые в рабочей памяти), сложность (число шагов) и завершенность. Предполагается, что как минимум часть процессов осознается коммуникатором. Теория имеет значительный прикладной

потенциал для повышения коммуникативной компетентности коммуникатора, объяснения подчинения, влияния и убеждения. Например, высшие уровни планирования связаны с более эффективными действиями [Цит. по 2]; сообщения, которые призваны достичь несколько целей воспринимаются как более коммуникативно компетентные, чем стремящиеся достичь только одну цель [Цит. по 2]; другие принципы включают способность адаптировать цели, планы и действия к поведению партнеров.

Теория сборки действий, разработанная Джоном Грином [5], представляет производство сообщений как более быстрый и хаотический процесс. Ключевое положение - поведение человека одновременно шаблонно и креативно. Шаблонный аспект выражается в присутствии процедурных записей (*procedural records*): компактных структур долгосрочной памяти, содержащих информацию о том, *что делать* (*action features*) в конкретной *ситуации*, чтобы достичь определенных *целей*. Например, сказать «извините», если мы наступили кому-то на ногу. Креативный аспект состоит из процессов *активации* (выбор записей, подходящих целям и ситуации) и *сборки* (объединение записей для производства действий). Важным этапом является *формирование коалиций*: комбинирование записей и элементов действий, которые «подходят» друг другу. Активация элементов, не входящих в коалицию, снижается, а входящих - длится дольше. Теория применима для развития коммуникативной компетентности, т.к. позволяет объяснить через проблемы в процессе сборки элементов действий возникновение коммуникативных неудач даже у тех, кто мотивирован и обладает необходимым знанием. Она описывает замедленное производство сообщений (например, когда социальные цели не могут сформировать коалицию); освоение навыков коммуникации (насколько тренировка влияет на скорость производства сообщений); индивидуальную разницу в создании новых сообщений.

Так, теории производства сообщений способны обогатить русскоязычную традицию и ответить, почему мы говорим то, что говорим. Кроме того, они имеют прикладной потенциал для повышения коммуникативной компетентности человека и эффективности его сообщений.

Источники и литература

- 1) Delia J. G, O'Keefe B. J., O'Keefe D. J. The constructivist approach to communication // Human communication theory: Comparative essays. New York, 1982. P. 147–191.
- 2) Dillard J. P. Goals-Plan-Action theory // The International Encyclopedia of Interpersonal Communication. 2015. DOI: 10.1002/9781118540190.wbeic148.
- 3) Dillard J. P. Goals-Plans-Action theory of message production: making influence messages // Engaging Theories in Interpersonal Communication: Multiple Perspectives. 2008. DOI: 10.4135/9781483329529.n5.
- 4) Edwards A. P., Shepherd G. J. An investigation of the relationship between implicit personal theories of communication and community behavior // Communication Studies. 2007. Vol. 58. P. 359–375.
- 5) Greene J. O. Action assemble theory // Encyclopedia of communication theory. 2009. DOI: 10.4135/9781412959384.n3.
- 6) Greene J. O., Graves A. R. Cognitive models of message production // Communication and social cognition : Theories and methods. London, 2007. P. 17–46.
- 7) Morgan M. Message design logics // The International Encyclopedia of Communication. 2008. DOI: 10.1002/9781405186407.wbiecm072.
- 8) O'Keefe B. J. The logic of message design: Individual differences in reasoning about communication // Communication Monographs. 1988. Vol. 55. P. 80–103.