

Коммуникативная природа современного социально-гуманитарного пространства

The Communicative Nature of the Modern Social and Humanitarian Space

Л.М. Гончарова



Канд. филол. наук, доцент кафедры общего и русского языкознания
Государственного института русского языка имени А. С. Пушкина,
117485, Россия, Москва, ул. Академика Волгина, 6;
доцент кафедры русского языка и издательского дела
Российского нового университета,
Россия, 105005, Москва, ул. Радио, 22,
e-mail: lmg2015@yandex.ru

L.M. Goncharova

Ph.D. in Philology, Associate Professor,
Department of General and Russian Linguistics,
State Institute of the Russian Language named after
A.S. Pushkin,
Russia, 117485, Moscow, ul. Akademika Volgina, 6;
Associate Professor, Department of Russian
Language and Publishing, Russian New University,
22, ul. Radio, Moscow, 105005, Russia,
e-mail: lmg2015@yandex.ru

Аннотация. В слове главного редактора обозначаются ключевые научные аспекты публикаций текущего номера, отмечается актуальность исследований коммуникативных практик, осуществляющихся в различных сферах человеческой деятельности.

Ключевые слова: речевая коммуникация, коммуникация и образование, межкультурная коммуникация, медиакommunikация, философия и культура, рекламная и имиджевая коммуникация.

Abstract. The words of the editor-in-chief indicate the key scientific aspects of the publications of the current issue and note the relevance of research into communicative practices carried out in various spheres of human activity.

Keywords: speech communication, methods of teaching Russian, professional communication, media communication, religious studies and philosophy, cultural studies.

Социально-гуманитарные науки, представленные целым комплексом дисциплин, ориентированы на исследование процессов, происходящих в человеческом обществе: это социально-политические изменения, события деловой и культурной жизни, поведение людей в больших и малых группах, создание сообществ, формирование общественных норм, ценностей, а также влияние различных факторов и обстоятельств на взаимоотношения людей. Результатом таких исследований становятся сочинения, выполненные в разных стилях и жанрах: научные и публицистические статьи, законодательные акты и разного рода документы, интернет-контент, кинофильмы и рекламные тексты — т.е. практически любые произведения, которые так или иначе, через различные знаковые системы описывают происходящие в социуме явления, события и коммуникативные процессы. Передача информации и обмен смыслами создают широкое социально-гуманитарное пространство, границы которого простираются как в прошлое, так и в будущее.

Наблюдая самих себя, мы фиксируем совершаемые нами действия, сопутствующие намерения и вложенные в них смыслы, исходя из чего можно говорить о том, что сама коммуникативная природа социально-гуманитарного знания является зеркальным отражением реальности.

Коммуникативная основа социальной жизни очевидна: через различные каналы мы получаем и передаем информацию, которую используем в собственных целях: для дальнейшей передачи заинтересованным лицам, для оказания воздействия на определенных людей, для создания произведений, в которых отразятся наши взгляды или наша интерпретация тех или иных событий. Так выкристаллизуются ценности, концепты, ментальные смыслы, которые В.И. Карасик называет квантами переживаемого знания, совокупность которых является концентрированным опытом человечества, этноса, социальной группы и личности¹.

Кроме того, благодаря коммуникации в социально-гуманитарном пространстве мы можем сопоставить коммуникативный опыт прошлого и настоящего или проследить и оценить различные аспекты межкультурной коммуникации, взаимодействие людей в полилингвальном мире и предложить возможности гармоничного сосуществования. И если классическая культура, как пишет В.В. Миронов², представляла собой почти застывшую систему, изменения в которой обнаружить было практически невозможно, где основное содержание передавалось

¹ Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / Науч.-исслед. лаб. «Аксиол. лингвистика». М.: ГНОЗИС, 2004. 389 с.

² Миронов В.В. Трансформация культуры в пространстве глобальной коммуникации. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2019. 60 с.

от поколения к поколению в «законсервированном» виде, то расширение коммуникационных возможностей современного мира трансформирует человеческую культуру, изменяя культурные стереотипы, формируя новое диалоговое пространство, упрощая или, напротив, усложняя характер общения. Ведь не зря основатель нашего журнала, профессор О.Я. Гойхман, писал о том, что мы живем не в информационном, а в коммуникативном обществе¹.

В современном социально-гуманитарном пространстве коммуникация осуществляется разными способами, в разных сферах деятельности и фиксируется на разных носителях, становясь предметом исследовательских интересов. В этом номере мы увидим статьи, в которых изучаются различные аспекты коммуникативистики: коммуникация и образование, межкультурная коммуникация, медиакоммуникация, культурные коды и коммуникативные смыслы философии и культуры, различные проявления бизнес-коммуникации. Интересно, что номер сложился таким образом, что каждый раздел завершается статьей, фактически передающей эстафету следующей рубрике. Это тоже подтверждает наши наблюдения о тесных взаимосвязях между различными областями гуманитарного знания.

В рубрике «**Язык. Речь. Коммуникация**» собраны статьи, исследующие общекультурную и языковую природу коммуникации:

- эпистолярное наследие показывается как важная составная часть культурного кода, изучается динамика развития эпистолярного жанра в историческом контексте вплоть до его трансформаций в современную цифровую эпоху (Н.А. Ковалева, М.А. Мартынова);
- раскрывается понятие эффективной коммуникации с привлечением коммуникативного и когнитивного подходов, в результате чего коммуникация рассматривается как многоуровневая система и стратегически организованная деятельность, требующая учёта всей совокупности взаимосвязанных параметров — от фонетических особенностей до прагматических целей (О.С. Федотова);
- в дискурсе парфюмерной критики исследуется непереключаемая и переключаемая прямая эвиденциальность, выявляются способы вербализации ольфактивного опыта перцептора за счет мыслительной обработки воспринятых запахов (Ли Мин-Чунь).

В рубрике «Межкультурная коммуникация: анализ, сопоставление, перевод» размещены работы, исследу-

ющие различные аспекты кросс-культурного взаимодействия. В этом номере это статьи:

- об осмыслении коммуникативных ошибок в речи мигрантов-билингвов, в которой автор выдвигает предположение, что данные ошибки являются эмблематическими и позволяют идентифицировать актуальную информацию о человеке (И.Б. Маслова);
- об истории и количественных показателях включения в *Oxford English Dictionary* корейских слов с анализом их тематической классификации и выявлением корреляции японской лексики с корейским языком (Ко Ен Чоль).

Раздел «**Коммуникативистика и образование**» традиционно обращен к вопросам обучения, где специалисты делятся своими наблюдениями и накопленным опытом. В данной рубрике представлены статьи, посвященные:

- разработке педагогической модели инфографики и ее интеграции в образовательный процесс на уроках РКИ при обучении студентов экономического профиля (М.А. Баукова);
- осмыслению обновленного содержания научно-исследовательской культуры студента в контексте стратегических запросов общества и новых требований работодателей, государственных структур и бизнеса (Н.М. Романенкова);
- использованию обучающего потенциала жанра мюзикла при обучении русскому языку как иностранному: показана возможность использования мюзиклов как учебных мультимедийных текстов, облегчающих проникновение в мир классического текста-источника благодаря семиотическим кросс-кодам, связывающим инсценировку и производство-основу (А.А. Акулов).

В рубрике «**Коммуникативные смыслы философии и культуры**» объединены работы, связанные с кинодискурсом:

- экспериментальное исследование, посвященное обоснованию эффективности киноязыка как эмоциогенной системы, а также исследованию процесса его интеграции в сферу рекламных коммуникаций и выявлению условий, при которых его элементы становятся эмоциогенными (С.В. Линьков);
- статья, рассматривающая фильм Феликса Умарова «Пророк. История Александра Пушкина» как современный акт коммуникативной и культурной интерпретации образа А.С. Пушкина. Авторы размышляют, каким образом современные коммуникативные и кинематографические приёмы функционируют как психологические инструменты, транспонирующие внутренние конфликты личности Александра Пушкина в визуально-аудиаль-

¹ Общественный и идентификационный статус коммуникативистики / О.Я. Гойхман, Л. М. Гончарова, А. Ю. Ларионова [и др.]. М.: ИНФРА-М, 2021. 198 с.

ный язык, доступный современному зрителю (В.В. Колесникова, Н.И. Клушина).

Рубрика «**Медиакоммуникация**» позволяет оценить динамические процессы, происходящие в мировом медиапространстве:

- работа, посвященная невербальным средствам выражения совместности взаимодействия лидеров России и Китая, представленным в российских медиатекстах: результаты исследования демонстрируют эволюцию невербального поведения лидеров России и Китая в период 2013–2025 гг. — от формального и протокольного до неформально-дружеского, о чем свидетельствуют маркеры смены коммуникативной дистанции, а также особенности тактильной, мимической и жестовой коммуникации, зафиксированной в фотохронике встреч глав государств (П.А. Катышев, Хань Юе);
- анализ гемеронимов новостных телеграм-каналов, их вербальных и невербальных экспликаторов, определяющих коммуникативный образ новостного контента, а также мировосприятие автора

телеграм-канала и его место в современном поле инфоресурсов (И.И. Просвиркина, О.А. Хандожко).

Завершает номер раздел «**Имиджевая, рекламная и бизнес-коммуникация**», где авторы анализируют мультимедийные проекты музеев как инструмент развития корпоративной идентичности российских организаций для визуализации и нарративизации ключевых ценностей и приоритетов корпоративной организационной культуры (А.В. Пряхина), а также изучают продвигающие тексты, содержащие в своем составе трансформированные прецедентные феномены, оказывающие коммуникативное воздействие на потребителя (П.А. Хайруллина).

Дорогие коллеги! Желаю радости и вдохновения от знакомства с новыми научными идеями! А еще хочется всем пожелать здоровья, благополучия, мира и добра!

*С глубоким уважением,
главный редактор научного журнала
«Современная коммуникативистика»
Л.М. Гончарова*