

Иосиф Михайлович Дзялошинский

*Национальный исследовательский университет*

*«Высшая школа экономики»*

*109028, Россия, г. Москва, Хитровский пер., д. 2/8, корп. 5*

✉ imd2000@yandex.ru

DOI 10.25205/978-5-4437-1258-1-9-14

## **КОММУНИКАТИВНАЯ КУЛЬТУРА В ЦИФРОВОЙ ЦИВИЛИЗАЦИИ**

Изучению коммуникативной культуры посвящено огромное количество работ как зарубежных, так и отечественных исследователей. Тем не менее интерес к этой теме не угасает. Одна из причин — фундаментальные трансформации коммуникативной культуры в условиях становления цифровой цивилизации [Дзялошинский, 2020(б)]. Происходящие во всех сферах жизнедеятельности человечества глобализационные процессы, опирающиеся на новые информационные технологии, не могут не повлечь за собой и радикальные изменения в коммуникационной сфере. Это, безусловно, делает остроактуальной и проблему коммуникативной культуры. В качестве основных аспектов данной проблемы полагаю возможным выделить следующие:

- 1) выработка более или менее приемлемого обобщенного толкования понятия «коммуникативная культура»;
- 2) выделение структурных подсистем коммуникативной культуры;
- 3) разработка компетентностного подхода к коммуникативной культуре;
- 4) изучение трансформации коммуникативной культуры в условиях цифровой и социокультурной глобализации.

Не вдаваясь в детальный анализ выделенных аспектов, выскажем нашу позицию.

1. Обобщение множества точек зрения по поводу определения понятия «коммуникативная культура» позволяет сделать следующий вывод. Коммуникация представляет собой самую объемную категорию, охватывающую все виды смыслового взаимодействия любых субъектов. Это означает, что понятие «коммуникативная культура» («культура коммуникации») также является широким, «зонтичным» понятием, охватывающим все виды специфических культур, связанных с человеческим взаимодействием. К их числу относятся «культура общения», «речевая культура», «информационная культура», «цифровая культура», «сетевая культура», «медиакультура» (см. рисунок) [Дзялошинский, 2020(б); Дзялошинский, Лободенко, Пильгун, 2020].



Схема коммуникативной культуры

2. В структурном плане коммуникативная культура представляет собой нерасторжимое единство трех основных подсистем:

1) ценностно-смысловой, связывающей коммуникативную культуру с цивилизационно-культурными стандартами того общества, в котором живет и действует индивид;

2) регулятивной, включающей в свой состав правовые и этические нормы;

3) технологической, обеспечивающей эффективное осуществление необходимых коммуникативных действий по созданию, распространению и потреблению информационного продукта [Дзялошинский, 2021].

В отличие от ценностно-смысловой и регулятивной подсистем, технологическая подсистема в настоящее время меняется чрезвычайно быстро, и теоретическое осмысление этих перемен далеко не всегда успевает за реальностью. В частности, необходимо возразить против продолжающихся попыток свести технологические аспекты коммуникативной культуры исключительно к умению пользоваться техническими средствами коммуникации. Разумеется, такие умения необходимы, но это лишь малая часть всего комплекса технологических аспектов коммуникативной культуры. Кроме того, требует уточнения состав современного технологического комплекса коммуникативной культуры, который, на наш взгляд, включает в себя три обязательных компонента: 1) владение коммуникативными стратегиями; 2) обладание необходимыми ресурсами коммуникации; 3) владение умениями и навыками коммуникационной деятельности.

3. Воспринятые и освоенные индивидом нормы и правила, содержащиеся в технологической и регулятивной подсистемах коммуникативной культуры, мы обозначили понятием «коммуникационные матрицы». Пользуясь этим понятием, можно выстроить непротиворечивую модель коммуникационной культуры, которая включает в свой состав несколько обязательных комплексов, которые характеризуют коммуникативную компетентность субъекта коммуникации — как ее инициатора, так и адресата.

В одной из наших предыдущих работ [Дзялошинский, 2020(a)] было показано, что на индивидуально-личностном уровне коммуникативная компетентность рассматривается как мера владения культурой коммуникации, то есть как система внутренних ресурсов и регуляторов, необходимых для построения эффективной коммуникации в определенном круге ситуаций взаимодействия.

На наш взгляд, коммуникативную компетентность в самом общем виде можно определить как способность личности нормально (то есть в пределах диапазона, заданного соответствующими социальными нормами) функционировать в качестве коммуникативного актора. Принципиально важным для данного понимания коммуникативной компетентности является ее замкнутость на нормативный диапазон. В зависимости от нормативного диапазона того или иного элемента социума одна и та же личность может быть признана коммуникативно компетентной в одном сообществе и некомпетентной в другом.

Более подробно проблемы коммуникативной компетентности как факторов восприятия и понимания текстов рассматривались в нашем учебном пособии [Дзялошинский, 2021].

Не вдаваясь в дискуссию о приемлемости той или иной системы кодификации уровня компетентности, считаем возможным обозначить эти уровни понятиями «коммуникативная грамотность», «коммуникативная образованность», «коммуникативный профессионализм».

4. Анализ позволяет выделить несколько особенностей новой коммуникационной ситуации, связанных с цифровой и социокультурной глобализацией:

- 1) стремительно развивающийся Интернет, новые технологии мобильной связи, поисковые системы, блоги радикально изменили и продолжают менять конфигурацию коммуникационных процессов на индивидуальном, групповом, национальном и транснациональном уровнях;

- 2) возникли новые модели коммуникации;
- 3) происходит виртуализация реальности;
- 4) возникли и укоренились транснациональные медиаорганизации: глобальные телеканалы, радиостанции и печатные издания;
- 5) изменилась роль медиа в жизни общества, государства и человека.

По мнению некоторых исследователей, в перспективе ближайших 10–20 лет, то есть еще при жизни нынешнего поколения, сегодняшний Homo Sapiens превратится в eНОМО — новый вид, который не успеет заметно измениться биологически, но качественно будет все более отличаться от нас за счет симбиоза с новой IT-средой. Эти eНОМО не возникнут спонтанно: можно сказать, что сами мы, пусть пока в небольшой степени, но ими являемся. Мы уже не те, что были 20 лет назад, хотя и еще не такие, какими станем в ближайшем будущем. Теоретически для eНОМО станут доступными все накопленные человечеством данные и знания, глобальные технологии вычислений и поиска, экспертные системы в любой области для анализа, оценки, выводов и обобщений. eНОМО с потенциалом среднего человека может оказаться равным современному исследовательскому институту, а то и нескольким. Микророботы внутри eНОМО будут направлены на радикальную коррекцию его организма, на оптимизацию каждого органа, а возможно, и на перестройку тела под идеал без многочасовых занятий бодибилдингом. Медицина недалекого будущего сделает реальным восстановление ограниченных способностей, компенсацию функций глаза, руки, сердца и т. п. Расширятся возможности коррекции психики: ограничение агрессии, блокирование боли, мобилизация и т. п. Тело человека будет становиться все более управляемым. Чуть ли не до каждой клетки [Балацкий]. От этих возможностей цифровой цивилизации люди вряд ли откажутся. Понятно, что по мере развития новых коммуникативных практик будет меняться и коммуникативная культура.

## Пленарное заседание

А с другой стороны, эксперты неумолимо напоминают о множестве угроз, которые ожидают человечество в ситуации победного шествия цифровой цивилизации [Дзялошинский, 2020(б)].

### **Литература**

*Балацкий Н.* Кто ты, человек разумный? URL: <http://www.balatsky.ru/we/hs.htm>.

*Дзялошинский И. М.* Жизненный мир человека: мифологические, культурные, идеологические предпосылки текстовой деятельности : учеб. пособие. М. : Ай Пи Ар Медиа, 2020. 823 с. URL: <http://www.iprbookshop.ru/98379.html>.

*Дзялошинский И. М.* Информационно-коммуникационный универсум как система матриц текстовой деятельности: создание, восприятие и понимание медиатекстов : учеб. пособие. М. : Ай Пи Ар Медиа, 2021. 649 с. URL: <http://www.iprbookshop.ru/103441.html>.

*Дзялошинский И. М.* Философия цифровой цивилизации и трансформация медиакоммуникаций. Челябинск : Издательский центр ЮУрГУ, 2020(б). 421 с.

*Дзялошинский И. М., Лободенко Л. К., Пильгун М. А.* Социальные сообщества и коммуникационные сервисы в эпоху цифровой цивилизации. Челябинск : Издательский центр ЮУрГУ, 2020. 770 с.