

соответственно актуальному состоянию информационных технологий. На наш взгляд, эти личностные качества в условиях информатизации общества обеспечиваются информационной культурой личности, которая становится необходимым условием существования и развития в новых условиях.

Таким образом, информационная культура выступает как важнейший компонент духовной культуры общества в целом, различных социальных групп, отдельной личности. Она включает в себя и компоненты, связанные с культурой познания, саморазвития личности и культуру трансляции и формирования системы знаний, передачи результатов познавательной деятельности обществу. Уровень развития информационной культуры человека, а также информационной культуры организации, социальной структуры, общности становится едва ли не главной характеристикой степени развитости и направленности их развития. В этом плане, с одной стороны, приоритет принадлежит общечеловеческим ценностям, т.е. тем, которые сложились в общественной практике и объективно служат человеку и обществу, осознаются, оцениваются всем человечеством как благо. Они являются «высшими» ценностями, доминируют в массовом сознании, определяют приоритет всех существующих жизненных ценностей индивида, а степень их выраженности очерчивает общую направленность личности. С другой стороны, информационная культура в новых условиях приобретает новое звучание. Это уже нечто большее, чем просто способ личного освоения интеллектуального богатства мира. Информационная культура закладывает мировоззренческие установки личности, формирует ее ценностные ориентации по отношению информации как элементу культуры, препятствует дегуманизации и замене духовных ценностей достижениями, вызванными к жизни научно-техническим прогрессом и беспрецедентным ростом и развитием новых информационных технологий в информационном обществе. Информационная культура открывает новые возможности общественного прогресса, в совершенствовании всей жизнедеятельности человека. Она обладает универсальным содержанием, имеет всеобщий надэтнический, наднациональный и надгрупповой характер. С помощью информационной культуры человек активно усваивает социально-историческую и культурную реальность, овладевает всеми богатствами, которые выработало человечество. Она выступает как элемент социальной реальности, как ценность, атрибут непосредственного культурного бытия.

Список литературы:

- [1] Егоров В.С. Синергетика: человек, общество / В.С. Егоров. – М.: РАГС, 2000. – С. 333–334.
- [2] Семенов В.Е. «социология культуры» Леонида Ионина и современная идеология культуры / В.Е. Семенов, С.В. Дамберг // Журнал социология и антропология. Том 11. – 1999. – № 3.
- [3] Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика, общество и культура / М. Кастельс. – М., 2000. – 78.

Д.В. Богданов
ФГБОУ ВО «ВГУВТ»

ПОСТРОЕНИЕ СЕТЕЙ КОММУНИКАЦИИ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ В СИСТЕМЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Ключевые слова: коммуникация, сеть, коммуникативная компетенция, типы коммуникативных ситуаций.

В работе прослеживается соответствие сетей коммуникации коммуникативным компетенциям будущих специалистов в системе высшего образования. Показана типология коммуникативных процессов в зависимости от каналов коммуникации.

Роль и интенсивность информационно-коммуникативных технологий в современном обществе постоянно возрастает. Подобную тенденцию можно связать с целым рядом причин:

1) переход от индустриального общества к информационному ведет к увеличению объема информации и возрастанию интенсивности процессов обмена данной информацией;

2) увеличение специализации работников, занятых в разных технологических областях профессиональной деятельности, что требует их кооперации, сотрудничества и взаимодействия в ходе достижения целей;

3) рост количества технических средств для обмена информацией (факсы, электронная почта, Интернет и т.д.) и ее получения (презентационные программы, выставки, демонстрационные и рекламные показы);

4) увеличение числа людей, занятых в профессиональной деятельности, связанной с коммуникацией, общением.

С развитием информационно-коммуникативных технологий коммуникативная сфера стала более индивидуализированной, персонифицированной и межличностной, т.е. налицо явление так называемой демассификации коммуникационного процесса. В связи с этим, коммуникативная сфера также требует переосмысления. Персонификация информации и коммуникации ведет к регуманизации общества, которое постепенно перестает быть массовым. Право каждого человека на общение становится его прерогативой, поэтому традиционные средства коммуникаций в силу известных ограничений, свойственных их природе, не могут более в полной мере удовлетворять возросшие потребности общества в информации и коммуникации. М. Кастельс утверждает, что «технологии хороши или плохи в зависимости от нашего их использования. Они суть, продолжение нас самих» [1, С. 217].

Для профессионалов социномической группы (профессия типа «человек – человек» по классификации Е.А. Климова) одной из составляющих их профессиональной компетентности является компетентность в общении, восприятие и понимание информации. От них требуется умение устанавливать отношения и общаться с людьми, умение точно выражать свои мысли и умение внимательно слушать других собеседников.

Создаваемые знаковые системы, тексты выполняют сигнальную функцию: они материальные носители информации и адресованы соответствующим субъектам. За редким исключением (например, эпистолярное наследие) тексты не имеют в виду конкретного, персонального потребителя, ибо ориентированы на анонимного потребителя, поскольку «плавают» в бесконечном море культуры. Это относится не только к вербальным знаковым системам (например, литературные и научные произведения), но и невербальным: обряды, ритуалы, национальные костюмы, традиции, обычаи, нормы этикета и пр.

Рассматривая культуру как мир социальной информации, сохраняемой и накапливаемой с помощью созданных людьми знаковых средств, Ю.М. Лотман в своих статьях «Несколько мыслей о типологии культур» (1987), «Технический прогресс как культурологическая проблема» (1988) связывает различия между типами культуры с тем, как в них кодируется и передается информация. Речь идет при этом не о технических средствах коммуникации, таких как телефон, радио, телевидение, а о структуре семиотических систем, с помощью которых люди фиксируют свои представления о мире и общаются друг с другом.

Лотман различает два вида человеческого общения: «Я – Он» и «Я – Я» (автокоммуникация). В первом случае коммуникация подразумевает передачу информации. Информация, которая содержится в сообщении, является константной, неизменной, но меняется ее носитель. Во втором носитель информации остается тем же, но сообщение переформулируется и приобретает новый смысл. В автокоммуникации происходит преобразование информации.

Исходя из сказанного, правомерно утверждать, что коммуникативная культура – это часть «большой» культуры (системы «нормативных технологий и оценочных критериев»), которая обеспечивает функционирование всех видов коммуникации – коммуникативных актов и процесса коммуникации – прежде всего посредством создания и поддержания (в том числе и путем межпоколенной трансляции) общего для участников кода коммуникации (как вербального, так и невербального), конвенциональных норм коммуникации, коммуникативных и поведенческих паттернов, моделей когнитивной обработки информации [2].

Традиционно под коммуникацией понимается процесс передачи и получения информации. В современном научном дискурсе (характерном для постиндустриального информационного общества) существует тенденция к восприятию всей социокультурной деятельности человека как набора коммуникативных процессов и актов.

Все коммуникативные процессы подразделяются в зависимости от каналов коммуникации, числа участников на межличностную и массовую коммуникацию. Межличностная коммуникация также осуществляется на разных уровнях. Большинство исследователей выделяют 2 уровня межличностной коммуникации – индивидуальный и групповой.

Коммуникация также различается в соответствии с используемыми для нее каналами. Коммуникационные каналы обеспечивают движение не смыслов, а только материального воплощения сообщений, которое выражает смысловое содержание. Причем движение происходит в физическом (геометрическом) пространстве и в астрономическом времени. Как правило, выделяются два основных вида коммуникации: вербальная и невербальная, и два основных канала коммуникации – визуальный и аудио (часто использующиеся одновременно).

Современная массовая коммуникация в силу того, что использует в качестве носителей сообщения преимущественно электронные СМК (телевидение, Интернет) имеет синкретический характер. Но в качестве приоритетной по умолчанию сознание воспринимает вербальную коммуникацию.

Однако, по мнению многих исследователей, любой коммуникативный процесс является многоуровневым. Так, в модели коммуникации, предложенной Г. Бейтсоном, процесс коммуникации описывается как осуществляющийся одновременно на двух уровнях – собственно коммуникативном и метакоммуникативном (Цит. по: Rogers, E. A history of communication study. A biographical approach. – N.V., 1994). Под метакоммуникативным уровнем понимаются обстоятельства, сопутствующие передаче сообщения и, как правило, выбираемые участниками коммуникации (контекст) – место, время, интонация и т.п., – несущие дополнительную информацию, которая задает модус сообщения, позволяя адресату правильно его интерпретировать. Например, при такой форме коммуникации, как разговор, коммуникативный уровень – само содержание сообщения, метакоммуникативный – тон, громкость, расстояние между говорящим и слушающим, позы, выражения лиц, сопровождающие жесты и т.п.

Метакоммуникативные факторы определяют и основной вектор коммуникации: вертикальный (иерархическая коммуникация) или горизонтальный (демократически организованная коммуникация). Особенностью вертикально организованной коммуникации является, как правило, существенное ограничение свободы интерпретации сообщения для адресата.

Область коммуникативной культуры в равной степени составляют как собственно коммуникативный пласт (коды, нормы и конвенции, позволяющие создать эффективное, несущее максимальный объем информации и легко дешифруемое адресатом сообщение), так и пласт метакоммуникации.

Говоря упрощенно, для адресанта коммуникативно-культурная компетентность – это умение правильно составить сообщение (коммуникативный уровень) и передать его надлежащим способом и в надлежащей обстановке (метакоммуникативный уро-

вень); для адресата коммуникативная культура в практическом смысле означает умение получить и дешифровать это сообщение [3, С. 402–406].

Таким образом, основными структурно-функциональными единицами коммуникативной культуры являются структурно-функциональные единицы собственно коммуникации и метакоммуникации.

Говоря о коммуникации, необходимо также различать коммуникативный акт и процесс коммуникации. Коммуникативный акт – одномоментная завершенная операция смыслового взаимодействия (прием-передача конечного объема информации), происходящая без смены участников коммуникации. В зависимости от цели адресата и адресанта коммуникативный акт может осуществляться в одном из трех основных режимов: подражания, управления, диалога. Диалог возможен только между субъектами, обладающими одним уровнем коммуникативно-культурной компетентности; управление и подражание – между субъектами, обладающими различной степенью коммуникативно-культурной компетентности. Коммуникативный акт может быть одновекторным, в нем не возникает обратная связь между адресатом и адресантом. Основной единицей коммуникативного акта является сообщение (организованный для передачи в соответствии с нормами и паттернами коммуникативной культуры объем информации) [3, С. 402–406].

Процесс коммуникации является протяженным во времени и состоит из череды коммуникативных актов. Преобладающий режим коммуникативных актов (подражание, управление или диалог) становится режимом соответствующего процесса коммуникации. Если коммуникация эффективна, то в ходе процесса коммуникации (вне зависимости от режима его осуществления) обязательно возникает обратная связь между адресатом и адресантом информации, позволяющая подвергать первоначальное сообщение итерации и порождать новые смыслы, а соответственно, и новые нарративы и дискурсы.

Взаимодействие в коммуникации представляет собой систематическое устойчивое выполнение действий, которые направлены на то, чтобы вызвать ответную реакцию партнера, причем вызванная реакция, в свою очередь, порождает реакцию возмущающегося. В данном аспекте взаимодействие – это процесс, который складывается из: физического контакта, перемещения в пространстве, совместного группового или массового действия, духовного вербального контакта, невербального контакта.

От искусства делового общения преподавателя и его коммуникативных способностей зависит качество преподавания, эмоциональный настрой будущих специалистов, стабильность и социально-психологический климат в группе, отсутствие конфликтных ситуаций, установление и развитие партнерских контактов, довлеющие на адекватную ситуацию в группе в целом.

Под коммуникацией мы понимаем в широком смысле передачу сообщения, либо само сообщение, а также процесс общения и передачи информации между людьми или их группами в виде устных и письменных сообщений, языка телодвижений и параметров диалоговой речи. В более узкой трактовке – обмен мыслями, сведениями, идеями, передача того или иного содержания от одного коллективного, либо индивидуального сознания к другому посредством знаков, зафиксированных на материальных носителях.

Поскольку речь идет о студенте, о будущем специалисте, то аспектом коммуникации будет выступать коммуникативная компетенция, направленная на повышение эффективности деятельности, на создание диалоговых сетей коммуникации и их расширение.

Коммуникативная компетенция является основой сети, которые соответствуют аналогичным аспектам коммуникативной компетенции: информативно-когнитивные, социокультурные и прагматико-стратегические, которым в свою очередь положены следующие критерии.

Для информативно-когнитивной сети свойственна готовность к коммуникативно-мыслительной деятельности и коммуникативному взаимодействию; оперирование информацией из прошлого опыта и открытость для новой цепочки взаимодействия; способность описывать в иноязычной форме отношение к окружающей действительности; легкость выхода на уровень информационно-смысловой дополненности.

Для социокультурной сети преобладает владение социокультурной информацией; культуроведческая осведомленность; передача информации на основе культурных норм; эмоциональная адекватность поддержания коммуникативного взаимодействия и регулирование своего эмоционального состояния в зависимости от конкретно сложившейся ситуации.

Для прагматико-стратегической сети характерна готовность передавать коммуникативное содержание в ситуации общения; адаптированность речемыслительных процессов к условиям конкретной речевой ситуации; устранение информационных пробелов путем уточнений, объяснений и так далее; легкость установления контактов с другими людьми на основе взаимопонимания, способность создавать и выходить на диалог.

В качестве педагогических условий диалогового обогащения коммуникативной компетенции студента, будущего специалиста могут выступать:

- насыщение образовательной программы коммуникативно-развивающимися ситуациями;
- организация недирективной «продолженной» профессионально коммуникативной игры (организационно-деятельностные игры, деловые игры, имитационные игры, ролевые игры, развивающие игры, кейс-стади и т.д.);
- реализация коммуникативно-дискурсивных заданий (сотрудничество, соперничество, сотворчество, партнерство, актуализация и мобилизация коммуникативного опыта).

Конструируя модальные коммуникативные сети («змея» (цепь), «звезда», «шпора», «круг», «колесо», «соты», «тент», «палатка», «дом» и т.д.) [4, с. 134] и коммуникативные ситуации, создавая их на этапе послевузовского образования будущего специалиста необходимо обеспечить и обогатить создание сетей всех аспектов коммуникативной компетенции личности будущего специалиста, для чего и разрабатываются типы коммуникативных ситуаций: репродуктивные (модельные, репродуктивно-познавательные), проблемные (аналитические, проблемно-модельные) и эвристические (гностико-модельные, непосредственные) [5, с. 55]. Тем самым, данные оформления, опережая технологические возможности, способны превратить самые обычные коммуникационные инструменты в уникальные средства преобразования социальной среды будущего специалиста.

Список литературы:

- [1] Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / М. Кастельс; пер. с англ. А. Матвеева; под. ред. В. Харитонова. – Екатеринбург: У-Фактория, 2004. – С. 217.
- [2] Орлова Э.А. Введение в социальную и культурную антропологию / Э.А. Орлова. – М.: Наука, 2004. – С. 72.
- [3] Философия культуры: монография / Л.А. Зеленев, А.С. Балакшин, А.А. Владимиров. – Н. Новгород: Изд-во «ВГАВТ», 2012. – 484 с. (С. 402–406).
- [4] Аверченко, Л.К. Управление общением / Л.К. Аверченко. – М.: Синтез, 2000. – С. 134.
- [5] Мокшанцев Р.И. Формы общения. Проблемы теории и практики / Р.И. Мокшанцев. – Новосибирск: НГТУ, 2013. – С. 55