

СЛОВО ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА

Диалог в контексте социальной коммуникации Dialogue in the Context of Social Communication

DOI: 10.12737/2587-9103-2025-14-2-5-6



Л.М. Гончарова

Канд. филол. наук, доцент,
Государственный институт русского языка
имени А.С. Пушкина,
Россия, 17485, г. Москва, ул. Академика Волгина, 6;
доцент Российской новой университета,
105005, Россия, Москва, ул. Радио, д. 22
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: теория коммуникации, язык и коммуникация, коммуникация и образование, медиакоммуникация, политический дискурс, религиоведение и философия, имидж и коммуникация.

L.M. Goncharova

Candidate of Philology, Associate Professor,
Pushkin State Russian Language Institute,
6, Academician Volgin St., Moscow, 17485, Russia;
Associate Professor, Russian New University,
22, Radio St., Moscow, 105005, Russia,
e-mail: lmg2015@yandex.ru

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: communication theory, language and communication, communication and education, media communication, political discourse, religious studies and philosophy, image and communication.

Если рассматривать процесс коммуникации в широком смысле, то мы увидим включение каждого индивидуума в обширный процесс взаимодействия с окружающим миром, где ежедневно осуществляется масса контактов. В результате переработки получаемых значений и смыслов, интерпретации поступающих по разным каналам многочисленных сведений человек создает для себя определенную картину мира, выстроенную на разных когнитивных уровнях: тематическом (где передается или обсуждается конкретная информация), структурном (где информация моделируется и структурируется в рамках обсуждаемой тематики) и событийном (где осознаются обстоятельства, при которых осуществляется эта коммуникация).

Все контакты, осуществляющиеся в бытовой жизни, образовании, науке, культуре, бизнесе, международной деятельности и пр. сферах можно представить как диалоги представителей социума – носителей определенных этнических, культурных, политических взглядов и установок. Сегодня появляются новые формы взаимодействия: умножаются контакты, к привычным каналам коммуникации добавляются новые, а искусственный интеллект, помогающий в решении технических вопросов (мониторинге окружающей среды, оптимизации трафика дорожных потоков, защите от спам-звонков и пр.) влияет на наше привычное общение с живыми людьми, с которыми можно быстро и по-человечески решить проблему. В результате мы ведем бесконечные бесе-

ды с ботами, пытаясь сформулировать корректный запрос для переключения следующей кнопки...

Однако речевая коммуникация в формате «человек-человек», «человек-общество» не теряет своей значимости, она по-прежнему обеспечивает культурно-познавательные, образовательно-воспитательные, развлекательные и др. потребности представителей социума: это как непосредственное общение людей в привычном формате, так и с использованием интернет-технологий и других технических средств связи. Ведь хочется верить, что человек в бесконечной череде технических преобразований нашей жизни все равно остается главным.

В этом номере многие авторы говорят о диалоге – в его разных формах и посредством многочисленных каналов, но всегда в формате концентрации на личности партнера, проблеме, теме и с главной целью – достижением взаимопонимания.

Изучение этих аспектов, их научное осмысление позволяют говорить о развитии коммуникативистики. Этот номер журнала открывает нам интереснейшие наблюдения исследователей по актуальным проблемам современности, с которыми мы с Вами имеем возможность познакомиться.

В рубрике «**Речевая коммуникация: взаимодействие и воздействие**» читаем статью, посвященную исследованию речевых стратегий в русской фатической диалоговой коммуникации: речь идет о кооперативных стратегиях, реализующих установку на эмпатию и «задушевное общение», и не менее частотных кон-

фликтных стратегиях, направленных на «выяснение отношений» (И.А. Кузнецов).

В части «**Коммуникативистика и образование**», посвященной педагогическому дискурсу, представлены результаты исследования по определению комплекса коммуникативных практик, используемых в процессе подготовки будущих специалистов по связям с общественностью (Д.В. Боярченков).

Рубрика «Профессиональная коммуникация» продолжает тему в ракурсе исследования профессиональной самопрезентации педагогов, осуществляющих обучение иностранным языкам в вузе (К.С. Ращупкина).

Тематический блок «**Коммуникативные смыслы философии и культуры**» включает три статьи:

- в первой авторы предлагают обсудить ценность биографической деятельности в цифровом мире, ее функцию с точки зрения ожиданий человека от цифрового информационного пространства для получения знаний (Ю.В. Гушул, А.А. Королева);
- вторая знакомит с исследованием воздействия глобализационных процессов на культуру Приднестровья, региона, постоянно испытывающего коммуникационное влияние со стороны соседних стран (Н.А. Голубь);
- третья оценивает философские аспекты постчеловеческого существования через осмысление фантастических романов Аластера Рейнольдса (П.И. Вермишова).

В разделе «**Политическая коммуникация**» рассматривается жанр политического телевьюрво, оценивающийся как динамичный мультимодальный жанр политического дискурса, где речевая деятельность осуществляется в процессе взаимодействия разных коммуникативных ролей в темпорально-локальных рамках (Чжан Юйси).

В рубрике «**Медиакоммуникация**» на материале медиатекстов вниманию читателей представлены исследования современного медиадискурса:

- анализируется статус «успешная деловая женщина», реализующийся языковыми средствами в

русскоязычных и англоязычных медиа (Н.А. Боженкова, Н.А. Авагян);

- изучается жанр телевизионного портретного интервью и коммуникативные способы и средства, позволяющие интервьюеру максимально полно раскрыть личность собеседника, а также наиболее эффективные способы и средства ведения диалога (Т.Б. Колышкина, И.В. Шустрина).

В разделе «**Интернет-коммуникация**» изучаются аспекты коммуникативного взаимодействия, позволяющие определить специфику обмена информацией в системе «человек – искусственный интеллект» с лингвокоммуникативной точки зрения (С.В. Остапенко).

Авторы рубрики «**Имиджевая, рекламная и бизнес-коммуникация**» представляют инструментарий туристической рекламы: языковые средства, использующиеся в туристической рекламе России и Китая для оказания эмоционального воздействия на потребителей (Л.М. Гончарова, Чан Цзин).

В рубрике «**Новости коммуникативистики**» рассказывается о состоявшейся на днях в РГГУ конференции, посвященной креативности и ее влиянию на различные процессы, протекающие в образовании, медиа, культуре и науке (С.В. Клягин, Е.В. Сачкова).

Таким образом, реализация многочисленных социально-культурных связей осуществляется по различным каналам посредством многообразных коммуникативных техник, средств и способов, исследование которых находится в ракурсе интересов нашего журнала, а накапливаемый опыт позволяет их зафиксировать, оценить и классифицировать, развивая коммуникативистику как область научного знания. Именно эти задачиставил О.Я. Гойхман, создавая журнал.

Глубокоуважаемые читатели, дорогие коллеги! Надеюсь, что знакомство с новыми интересными исследованиями доставит Вам удовольствие и подтолкнет к обсуждению на страницах журнала научных идей, представленных нашими авторами, а также Ваших собственных исследований.

С уважением, главный редактор
Л.М. Гончарова